

UNIVERSIDADE FEDERAL DO PARANÁ

ANA PAULA HEDLER

**MULHER E MÍDIA:
UMA ANÁLISE DO ENQUADRAMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS FEMININAS
NOS JORNAIS FOLHA DE S.PAULO E GAZETA DO POVO DE 2005 A 2008**

CURITIBA
2011

ANA PAULA HEDLER

MULHER E MÍDIA:
UMA ANÁLISE DO ENQUADRAMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS FEMININAS
NOS JORNAIS FOLHA DE S.PAULO E GAZETA DO POVO DE 2005 A 2008

Dissertação apresentada ao Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Departamento de Ciências Sociais, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes, Universidade Federal do Paraná, como parte das exigências para a obtenção do título de Mestre em Ciência Política.

Orientador: Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi

CURITIBA
2011

TERMO DE APROVAÇÃO

ANA PAULA HEDLER

MULHER E MÍDIA:
UMA ANÁLISE DO ENQUADRAMENTO DE POLÍTICAS PÚBLICAS FEMININAS
NOS JORNAIS FOLHA DE S.PAULO E GAZETA DO POVO DE 2005 A 2008

Dissertação aprovada como requisito parcial para obtenção do grau de Mestre no Curso de Pós-Graduação em Ciência Política, Setor de Ciências Humanas, Letras e Artes da Universidade Federal do Paraná, pela seguinte banca examinadora:

Orientador: Prof. Dr. Emerson Urizzi Cervi
Departamento de Pós-Graduação em Ciência Política, UFPR

Profa. Dra. Karina Janz Woitowicz
Departamento de Comunicação Social, UEPG

Prof. Dr. Renato Perissinoto
Departamento de Pós-Graduação em Ciência Política, UFPR

Curitiba, 01 fevereiro de 2011.

Dedico este trabalho a minha família, especialmente a meus pais, Roberto e Maria Clotilde Hedler e as minhas irmãs, Patricia e Priscila Hedler.

RESUMO

O objetivo do trabalho é analisar se as políticas públicas para mulheres apresentadas nos dois Planos Nacionais de Políticas para Mulheres existentes desde 2004, no Brasil, são veiculadas no jornalismo diário brasileiro e como essa cobertura jornalística é realizada. O trabalho procura verificar se as políticas femininas estão nas páginas dos jornais, porque entende-se que os meios de comunicação de massa têm o poder de colocar em debate assuntos de grande relevância social. Pergunta-se: as mudanças que ocorreram nas políticas para mulher e que, conseqüentemente, atingem a sociedade em geral são debatidas pelos meios de comunicação de massa? Para respondê-la, a pesquisa utiliza a teoria do enquadramento de reportagens organizada por Porto (2001), os estudos sobre a tematização das notícias e a hipótese do *agenda-setting*, além dos trabalhos sobre a visibilidade da mulher na mídia realizados por Tuchman (1978) e por Buitoni (2009). A metodologia empregada é Análise de Conteúdo, pois acredita-se que por ser uma técnica que une a análise quantitativa e com a interpretação qualitativa dos dados pode auxiliar de forma mais aprofundada e explicativa. O período da pesquisa compreende todas as edições dos meses de agosto, setembro e outubro de 2005 a 2008 nos jornais Gazeta do Povo e Folha de S.Paulo.

Palavras-chave: Mulher. Mídia. Políticas Públicas.

ABSTRACT

The objective of this work is going to analyze if the public politics for women presented in two Flat National of Politics for Women, that exist since 2004, in Brazil, are divulged in the Brazilian daily journalism and as that journalistic cover is carried out. The researches seeks to verify if the female politics are in the pages of the newspapers, because understands itself that the media of batter have the power of put in debate matters of big social relevance. Asks itself: The changes that occurred in the politics for woman and that, consequently, reach the society in general are debated by the media of batter? For answer it, the research utilizes the theory of the framing of reportings used by Porto (2001), the studies about the subjects that the media reports and agenda-setting organized by McCombs and Shaw (1970), and the works about the visibility of the womem in the media carried out by Tuchman (1978) and by Buitoni (2009). The methodology employed is Analysis of Content, therefore believes-itself that by be a technique that quantitative analysis joins with and with the qualitative interpretation of the facts is able to help of form more deepened and explanatory. The period of the research understands the months of August, September and October of 2005 to 2008 in the periodic Gazeta do Povo e Folha de S.Paulo.

Key words: Women. Media. Public Politics.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	07
2 DEMOCRACIA CONTEMPORÂNEA E POLÍTICAS PÚBLICAS PARA MULHER	12
3 COMUNICAÇÃO POLÍTICA E O DEBATE NA ESFERA PÚBLICA	35
3.1 MODELOS EXPLICATIVOS DOS EFEITOS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO	40
3.2 TEORIA DA TEMATIZAÇÃO E ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO	46
3.3 O PAPEL DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA REPRESENTAÇÃO FEMININA	52
4 DISCUSSÃO METODOLÓGICA E ANÁLISE DE DADOS	67
4.1 OS JORNAIS ANALISADOS	69
4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS	71
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	118
REFERÊNCIAS	124
ANEXOS	130

1 INTRODUÇÃO

Quando o tema é política contemporânea, o estudo da mídia é necessário, visto que nas democracias modernas ela tem um importante papel na divulgação de informações para o exercício da liberdade de expressão. De acordo com o cientista político, Robert A. Dahl (1997), para que uma democracia seja de fato um governo responsivo em relação aos cidadãos é preciso que haja oportunidades de formulação e de expressão das preferências e que o governo as considere durante o exercício do poder. Dessa forma, é necessário que existam: liberdade de expressão, liberdade para participar de associações e organizações políticas, direito de voto, direito de se candidatar a cargos públicos, ter acesso às fontes de informação alternativas, que haja eleições justas, livres e freqüentes e que existam instituições que garantam o exercício eleitoral e as manifestações das preferências. (DAHL, 1997, p.27).

O trabalho pretende analisar como foi a cobertura jornalística referente à publicação de políticas públicas para mulher em anos eleitorais e anos sem disputa eleitoral, para verificar se as mudanças que ocorreram na política em relação à mulher - com a criação dos Planos Nacionais de Políticas para Mulher - e que, conseqüentemente, atingem a sociedade em geral, são pautadas pelos meios de comunicação de massa? Portanto, o trabalho estuda a freqüência em que políticas femininas e a mulher aparecem na mídia e a maneira como as matérias são tematizadas. Trata-se de um estudo comparativo com duplo enfoque. Por um lado, pretende-se verificar como o tema Políticas Públicas entra na pauta da mídia. Por outro lado, é analisado se há mudanças no tipo de cobertura dado ao tema em anos eleitorais.

Para tanto, é realizada a análise de conteúdo dos jornais Folha de S.Paulo e Gazeta do Povo para verificar como os meios de comunicação retratam as políticas públicas femininas, os direitos das mulheres e qual é a imagem da mulher na mídia¹. Pretende-se estudar se os meios de comunicação de massa ajudam a reforçar o

¹ Mídia é entendida nesse trabalho como “conjunto de meios de comunicação existentes em uma área, ou disponíveis para uma determinada estratégia de comunicação. Grafia aportuguesada da palavra latina *media*, conforme é pronunciada em inglês. *Media* em latim é plural de *médium*, que significa ‘meio’”. (RABAÇA; BARBOSA, 2001, p.490).

papel social da mulher como mãe, dona de casa ou esposa ou, ainda, se a retrata sob um olhar masculino como comprovam alguns estudos².

Os meios de comunicação tornam-se peça importante para o desenvolvimento da democracia de massa em sociedades complexas. Para o pesquisador Nelson Traquina (2005), a teoria democrática aponta um duplo papel para o Jornalismo. O primeiro é com relação à “liberdade negativa”. Isso significa dizer que um dos deveres deste campo seria vigiar o poder político e proteger os cidadãos contra eventuais abusos dos governantes. O segundo aspecto está relacionado à “liberdade positiva”, na qual os meios de comunicação fornecem informações necessárias aos cidadãos para que eles possam desempenhar suas responsabilidades cívicas.

Pensando na aplicação da liberdade positiva ao tema em análise, o período estudado compreende os meses de agosto, setembro e outubro dos anos 2005 até 2008. Em 2005, não teve eleição. Em 2006, tivemos eleições para presidente da república, governador, senador, deputado federal e para deputado estadual. Em 2007, não foi ano eleitoral. E em 2008, houve disputas para prefeitos e vereadores. Os três meses selecionados para a pesquisa contemplam o período de campanha eleitoral, pois segundo a Lei que regulamenta o Horário Gratuito de Propaganda Eleitoral (HGPE) e o período de campanha, Lei nº 9.504, do dia 30 de setembro de 1997, os programas de propaganda eleitoral e a campanha somente são permitidos a partir de cinco de julho do ano da eleição.

Além disso, as emissoras de televisão e rádio são obrigadas a reservar o horário destinado à divulgação do HGPE nos quarenta e cinco dias anteriores à antevéspera das eleições (LEI n 9.504/97). O intuito de selecionar anos com eleições e outros sem é porque o trabalho analisa se em anos eleitorais aparecem mais notícias sobre políticas públicas para mulheres. Isso porque pretende-se verificar se a mídia ajuda a projetar as mudanças no comportamento social e político. O trabalho também compara a cobertura realizada durante o período de campanha eleitoral daquela feita em anos sem disputa eleitoral levando em consideração que o período abordado conta com campanhas municipais e com disputas nacionais. A pesquisa começa a partir de 2005 porque foi o primeiro ano no

² Estudos da jornalista e Dr. Dulcília Schroeder Buitoni, “Mulher de Papel: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira”, 2009 e da socióloga norte-americana Gaye Tuchman “Hearth and home” (1978).

qual havia um Plano Nacional de Políticas para as Mulheres (PNPM). O I PNPM foi divulgado em dezembro de 2004. A partir de 2005 é possível analisar se a mídia fala sobre ele e se sua divulgação aumenta com o passar do tempo.

O trabalho aborda dois jornais a fim de fazer um comparativo entre eles. A Folha de S.Paulo é o impresso mais vendido do Brasil e sua abrangência é nacional, por isso, a hipótese é que ela traga mais notícias sobre o plano nacional de políticas femininas do que a Gazeta do Povo. Este jornal circula em todo Paraná, sendo o impresso mais vendido do estado e define-se como aquele que visa o interesse dos paranaenses. O comparativo é importante, porque mostra as diferenças de abordagem do tema e de assuntos veiculados, pois são empresas jornalísticas distintas, com públicos e linhas editoriais diferentes.

Para responder a pergunta que guia essa pesquisa, utilizam-se os trabalhos sobre enquadramento midiático das reportagens de Porto (2001) e os estudos do *agenda-setting* elaborados por McCombs e Shaw, na década de 1970. Para determinar a melhor forma de análise e a parte a ser selecionada para a coleta de dados foram realizadas pré-análises. Primeiramente, foi realizada a coleta de dados utilizando-se todo o jornal e todas as notícias que traziam a mulher como fonte de informação, como repórteres ou mesmo como o destaque da notícia. Como foi possível perceber, esse método não foi suficientemente útil, pois trouxe poucas entradas que falavam especificadamente sobre mulher ou políticas públicas para as mesmas.

Então, mudou-se para a análise apenas da editoria de política do jornal, acreditando-se que nela estariam contidas as propostas dos políticos para a implantação de políticas públicas. Mas nessa editoria observou-se que quase não aparecem mulheres ou discussão sobre suas necessidades. Finalmente, ao coletar apenas as matérias que se referiam às políticas públicas para mulher e aquelas nas quais a mulher era o foco, percebeu-se que o objeto de estudo estava sendo contemplado. A partir da pré-análise estabeleceu-se o modo que mais contempla o objeto da pesquisa durante a coleta de dados empíricos. Com isso, percebe-se a importância do período da pré-análise que é visto por Bardin (1977) como período de organização do trabalho e que tem por objetivo operacionalizar e sistematizar as idéias iniciais.

É importante saber como as políticas para mulheres são representadas na mídia, pois através dos meios de comunicação de massa diversos assuntos são

agendados e debatidos na esfera pública³. O presente estudo não analisa a recepção das notícias, pois parte-se do pressuposto que o debate existe na esfera pública. Portanto, a esfera pública não é o objeto de análise desta pesquisa, mas sim as reportagens e entradas jornalísticas veiculadas pelos jornais.

É através dos meios de comunicação que grande parte da população se mantém informada acerca de sua comunidade e os meios de comunicação podem colocar na pauta assuntos sobre os quais as pessoas devem pensar e como isso deve ser feito. Eles influenciam na maneira como as pessoas interpretam os acontecimentos que são publicados em suas páginas e trazem à tona ou silenciam assuntos de grande importância para o desenvolvimento político e social. (MCCOMBS, 1997; ENTMAN, 1993; PORTO, 2001).

A hipótese é que as políticas públicas para mulheres aparecem mais em anos eleitorais, porque existe a necessidade dos candidatos apresentarem propostas e planos para públicos mais diversificados para conquistarem votos e se elegerem. Um modo de fazerem isto é através do agendamento midiático de políticas públicas para mulher. Porém, como as políticas femininas são recentes, a hipótese alternativa é que elas tenham pouca visibilidade nas páginas dos jornais, por isso estuda-se também o agendamento de notícias nas quais a mulher é o tema principal, seus direitos e deveres, por exemplo, notícias em que a mulher é a especialista que concede uma entrevista sobre algum tema de destaque ou é personagem principal de denúncias, crimes, eventos culturais entre outros.

A dissertação está dividida em três capítulos, sendo que no primeiro o leitor encontrará as explicações referentes à democracia e a necessidade de elaboração de políticas que auxiliem e solucionem problemas sociais dos cidadãos, além das definições de políticas públicas com atenção especial àquelas que dizem respeito ao público feminino. Apresentam-se os dois Planos de Políticas Nacionais para Mulheres e suas principais metas e preocupações.

No capítulo dois estão discussões sobre o embasamento teórico que guiou a pesquisa. A atenção especial é para a teoria da tematização, para os estudos de Porto (2001) sobre o enquadramento das reportagens e para a hipótese do *agenda-setting*. Isso tudo serve para explicar os modelos atuais dos efeitos dos meios de comunicação na geração do debate público e na construção social da realidade.

³ O conceito de esfera pública aqui colocado é referente aos estudos de Jürgen Habermas em "Mudança Estrutural da Esfera Pública", 2003.

O último capítulo preocupa-se com a pesquisa empírica, por isso traz a metodologia e os procedimentos utilizados para a obtenção dos dados e a análise dos resultados obtidos. O trabalho encerra-se com as considerações finais que fazem um apanhado geral das teorias e hipóteses utilizadas relacionando-as com o problema da pesquisa e os principais achados.

2 DEMOCRACIA CONTEMPORÂNEA E POLÍTICAS PÚBLICAS PARA MULHER

Os meios de comunicação emergem como um local de luta política que não é apenas complementar, mas sim decisivo, principalmente em períodos eleitorais, porque os atores políticos utilizam-se da mídia como instrumentos de divulgação e visibilidade. Mas, a concorrência existente entre os grupos que almejam fazer parte do poder faz com que os mesmos ajustem-se ao sistema político⁴. (SILVEIRINHA, 2008).

Para alguns estudiosos como Manin (1995), por exemplo, o uso recorrente da mídia está tornando-se tão importante quanto às próprias eleições. Ele chega a afirmar que acredita que os políticos conseguem chegar ao poder, não por causa da semelhança que têm com o eleitorado e nem porque estão próximos deles, mas porque eles têm domínio das técnicas e experiência no uso dos meios de comunicação.

Os meios de comunicação tornaram-se o palco privilegiado do embate político, nos quais os candidatos expõem suas propostas e os jornalistas transmitem para os cidadãos seja através de relatos, debates, críticas ou análise dos projetos de lei e propostas de políticas públicas como, por exemplo, as políticas femininas. (BEZERRA, 2005). Na atual configuração dos regimes representativos “os meios de comunicação de massa ganham não só uma posição estratégica na produção da visibilidade do campo político como também dividem com o parlamento e os partidos a posição de principal fórum do debate público”. (AZEVEDO, 2001, p.186).

A transformação que ocorreu no sistema representativo devido à influência dos meios de comunicação foi essencial para a formação da democracia de público e fez com que se superasse a imprensa opinativa, que era fortemente partidarizada. Com isso, os jornais procuraram manter um distanciamento e mais neutralidade em relação ao posicionamento sobre os partidos políticos.

Para Azevedo (2001) as campanhas eleitorais brasileiras, após a redemocratização, estão centradas basicamente na mídia eletrônica e estimulam a comunicação direta do candidato com o cidadão. O autor resume a ideia da seguinte maneira:

⁴ Sistema político é entendido por Paula do Espírito Santo (1997) como local onde um conjunto de decisões e ações se ajustam as necessidades e as demandas do ambiente além de que influenciam a sociedade.

A combinação entre a debilidade histórica dos partidos brasileiros, a existência de uma legislação eleitoral e partidária que incentiva a ação individual dos candidatos e a centralidade dos meios de comunicação de massa no processo eleitoral, especialmente a TV, caracterizariam a nossa atual prática democrática como uma democracia do público. (AZEVEDO, 2001, p. 187).

Sendo assim, não há como pensar a vida cotidiana sem a influência dos meios de comunicação, pois a ação política baseia-se no discurso e através das palavras e é através do discurso, que se constroem as identidades coletivas, que os fatos ganham significado, que veiculam-se os projetos e visões políticas. (MIGUEL, 2000). Assim, quanto mais midiaticizada for a sociedade, mais altera-se a forma do discurso político.

Por isso, os meios de comunicação de massa têm importante papel na construção social da realidade (ver capítulo dois), principalmente porque tornaram-se um dos principais canais de acesso da população à informação necessária para participar da esfera política. Além de servirem de instrumento de políticos na divulgação de suas mensagens, projetos e agenda. Algo que para Berger e Luckman (1985) é peça essencial na política e na construção de vontades coletivas.

Percebe-se, então, a necessidade da existência e do desenvolvimento da democracia e do uso dos meios de comunicação de massa mais presentes no discurso político. Cabe analisar como a política pública para o público feminino é veiculada nos meios de comunicação e como a mídia retrata os direitos das mulheres na sociedade. Para isso, é preciso delimitar o que a pesquisa entende por política pública em geral e especificamente aquelas pensadas para as mulheres na realidade brasileira, além de fazer um breve levantamento sobre o histórico dos estudos sobre políticas públicas.

A área de conhecimento sobre pesquisas em políticas públicas surgiu nos Estados Unidos, sendo que o estudo sobre políticas públicas é visto como o 'terceiro caminho' das pesquisas em Ciência Política, porque tenta entender como e por que os governos optam por determinadas ações⁵. Para a Phd em Ciência Política, Celina Souza, essa área contou com o auxílio de quatro grandes fundadores que foram: H. Lasswell, H. Simon, C. Lindblom e D. Easton.

⁵ Para Souza (2006) o primeiro caminho trilhado pela Ciência Política norte-americana foi o estudo das instituições seguindo a tradição de Madison e o segundo os estudos de Paine e Tocqueville sobre as organizações locais como virtudes cívicas para um bom governo.

O primeiro, em 1936, introduz a expressão *policy analysis* (análise de política pública). Já Simon, em 1957, inseriu o conceito de racionalidade limitada dos decisores públicos (*policy makers*) alegando que a limitação da racionalidade pode ser minimizada pelo conhecimento racional. Lindblom (1959; 1979) propôs a incorporação de variáveis como relações de poder e integração entre as diferentes fases do processo decisório para a análise e formulação das políticas públicas.

E Easton (1965) definiu a área de políticas públicas como um sistema, no qual há uma relação entre a elaboração, os resultados e o ambiente em que as políticas recebem os *inputs* dos partidos, dos meios de comunicação e de grupos de interesse, que interagem nos resultados e nos efeitos. Um exemplo que pode ser citado como *input* colocado pelos meios de comunicação é a campanha contra a violência doméstica. Tema que antes de ser debatido em propagandas e em reportagens jornalísticas era, em grande parte, silenciado na sociedade e a partir de sua divulgação na mídia passa a ganhar atenção como um problema do Estado e cria-se a Lei Maria da Penha nº 11.340 de 07 de agosto de 2006.

Essa rápida trajetória é importante para entendermos que não existe um conceito único e fechado sobre o que são políticas públicas. A especialista no assunto faz um apanhado sobre o conceito, no qual explica que para alguns estudiosos, as políticas estão no campo de estudo que analisa o governo sob o ponto de vista das questões públicas. Para outros, elas são um conjunto de ações governamentais que produzem efeitos específicos. São as somas das atividades dos governos que agem diretamente ou através de delegação e que influenciam a vida dos cidadãos e cidadãs⁶. Ou ainda, é aquilo que o governo escolhe realizar ou não⁷. Apesar dessas definições a mais conhecida ainda é a de Lasswell entendendo que as decisões e análises sobre política pública devem responder às questões: quem ganha o quê, porquê e que diferença faz.

Como as políticas públicas repercutem tanto na economia quanto na sociedade, elas podem ser entendidas juntamente com as políticas sociais como campos multidisciplinares. Resumidamente, entende-se política pública como a área de conhecimento que procura colocar o governo em ação, analisar essa atuação e, se necessário, estudar e propor mudanças na condução dessas ações. (SOUZA, 2006). Um exemplo é a criação do Programa Trabalho e Empreendedorismo da

⁶ Mead (1995); Lynn (1980); Peters (1986).

⁷ Dye (1984).

Mulher elaborado pelo governo federal em 2007. Os governantes observaram que as mulheres ganham, em média, salários mais baixos que os homens, mesmo quando têm maior nível de escolaridade, sendo que esse fato se agrava quando relacionado à etnia, pois mulheres negras tendem a ser mais discriminadas do que mulheres brancas. Para modificar essa realidade, o Estado se propõe a realizar ações de mobilização, capacitação técnica e de assistência para que as mulheres possam criar e sustentar seu próprio negócio. O que reflete-se na melhoria de qualidade de vida das mulheres e pessoas envolvidas e mais tarde na economia do município.

Esse tema ganhou espaço nos meios de comunicação quando uma reportagem veiculada no período de análise trouxe o estudo do pesquisador Sergei Soares sobre a distribuição salarial desigual entre mulheres brancas e negras e teve como conclusão que essa desigualdade advém da educação desigual⁸. A Folha de S.Paulo também apresentou o relato de uma administradora com MBA em marketing que trabalha como vendedora em uma loja do Rio de Janeiro e diz que o preconceito racial é o principal fator que a leva a não conseguir empregos em sua área.

Em governos democráticos, a formulação de políticas públicas traduz os propósitos e plataformas eleitorais em programas e ações que vão produzir mudanças ou resultados para a sociedade. Depois de formuladas desdobram-se em planos, programas, projetos, base de dados ou sistemas de informação e pesquisas, nos quais, quando colocadas em ação são acompanhadas e avaliadas. Souza (2006) explica que a política pública tem um ciclo deliberativo que é formado por um processo dinâmico e de aprendizado com as seguintes fases: definição da agenda identificação de alternativas, avaliação das opções, seleção das opções, implementação e avaliação. E a partir dos diversos modelos de políticas públicas⁹ ela faz um apanhado geral e sintetiza as principais ideias nas seguintes:

- A política pública permite distinguir entre o que o governo pretende fazer e o que, de fato, faz.

⁸ Fonte: Folha de S.Paulo, 25 de setembro de 2005.

⁹ Modelos de formulação e análise de políticas públicas, segundo Souza (2006): Incrementalismo desenvolvido por Lindblom (1979), Caiden e Wildavsky (1980) e Wildavsky (1992); Ciclo da política pública; Modelo Garbage Can elaborado por Cohen, March e Olsen (1972); Coalização de Defesa de Sabatier e Jenkins-Smith (1993); Arenas Sociais; Modelo do Equilíbrio Interrompido elaborado por Baumgartner e Jones (1993) e modelos influenciados pelo novo gerencialismo público e pelo ajuste fiscal.

- A política pública envolve vários atores e níveis de decisão, embora seja materializada através dos governos, e não necessariamente se restringe aos participantes formais, já que os informais são também importantes.
- A política pública é abrangente e não se limita a leis e regras.
- A política pública é uma ação intencional, com objetivos a serem alcançados.
- A política pública, embora tenha impactos no curto prazo, é uma política de longo prazo.
- A política pública envolve processos subsequentes após sua decisão e proposição, ou seja, implica também implementação, execução e avaliação. (SOUZA, 2006, p. 36-37).

O foco de análise das políticas está na identificação do problema que se deseja corrigir através da implantação dessas políticas, assim como na chegada do problema ao sistema político e na sociedade, além de analisar as regras institucionais que guiarão as decisões e a implantação ou não das políticas. Sendo que elas são construídas historicamente e estão associadas aos direitos que determinada sociedade reconhece aos seus cidadãos. Logo, pode-se definir política pública como qualquer ação que os governantes executem para garantir os direitos dos cidadãos em geral.

Através das políticas públicas é possível modificar a distribuição de poder na sociedade, pois transfere-se aquilo que era privilégio de alguns, em direito para todos e os coloca em prática. (FLEURY, 2005). Um exemplo disso é a ação governamental na pensada na perspectiva de gênero para a distribuição de propriedade rural. Desde 2003, o governo federal demanda que a titulação da posse de terra seja conjunta prevendo a titulação tanto para o homem quanto à mulher ou para ambos, o que até então não acontecia, pois o título era destinado ao patriarca. Atualmente, o programa levou em consideração as reivindicações feitas pela Marcha das Margaridas e determinou que em processo de divórcio a área deve ficar com a mulher desde que ela tenha a guarda dos filhos. (II PNPM, 2008). Assim criam-se mecanismos eficientes de gestão pública que organizam e integram as sociedades e permitem o desenvolvimento do social fortalecendo a governabilidade. (FLEURY, 2005). No entanto, vale lembrar que, em sociedades complexas pouco adianta formular políticas públicas para modificar a distribuição de poder na sociedade se isso não chegar, em forma de informação, aos integrantes da sociedade.

Desde o final da década de 70, especialistas e estudiosos da área de planejamento para o desenvolvimento urbano começam a propor a incorporação de questões feministas na implantação de políticas públicas, o que representa a evolução do conceito de desenvolvimento e do papel dos atores sociais nele

inseridos. (MACHADO, 1999). Mas, as políticas específicas para mulheres são consideradas recentes, pois têm pouco mais de duas décadas de existência no cenário político brasileiro. A criação de Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, em 1985, é considerado um marco importante na inauguração de políticas públicas nacionais para mulher, porque a partir disso se discute a instituição de políticas e uma nova Constituição que foi instituída em 1988.

No plano legislativo, a Constituição de 1988 traça um marco normativo igualitário para homens e mulheres no âmbito da sociedade conjugal, reconhece a violência intrafamiliar como questão de governo, afirma o direito a livre escolha no âmbito da reprodução, avança na garantia de Direitos específicos na esfera do trabalho, incluindo o trabalho doméstico, da previdência, da mulher rural, dentre outros. (Conselho Nacional dos Direitos da Mulher, 2004, p. 33).

Durante essa conferência, o governo federal divulgou o I Plano Nacional de Política para Mulheres (PNPM) com o objetivo de guiar os governantes na elaboração e execução de políticas públicas específicas para as mulheres. O plano foi organizado pela Secretaria Especial de Políticas para Mulheres como resultado da mobilização de grupo, porque antes dele ser elaborado contou com a participação feminina em debates e conferências municipais e estaduais. Nos debates foram discutidas as necessidades das mulheres e elaboraram alternativas para sanar tais problemas.

A I Conferência Nacional de Políticas para Mulheres reuniu 1.787 delegadas, e mais de 700 ouvintes e convidadas, mas o processo de discussão, elaboração e preparação das políticas envolveu diretamente mais de 120 mil mulheres que participaram dos conselhos municipais e estaduais. Temas como a necessidade de análise da realidade brasileira para avaliação de políticas, dos compromissos do Estado e a participação das mulheres na política entraram na pauta da conferência. Isso porque, levou-se em consideração que as brasileiras são titulares de direitos tardios e, por isso, ainda são poucas que ocupam cargos efetivos e que participam dos partidos políticos, mesmo tendo uma forte mobilização em movimentos e associações. (CNPM, 2004).

As conferências municipais, estaduais e nacionais são consideradas ações pedagógicas que visam sensibilizar interlocutores sobre a necessidade dos direitos das mulheres e para a implantação de políticas públicas adequadas para essas. O Conselho Estadual da Mulher do Paraná foi instituído pelo Decreto nº 6.617 no dia

24 de outubro de 1985, e passou por alteração em 16 de abril de 1997 de acordo com o Decreto nº 3.030. Sua finalidade é elaborar e implementar políticas públicas que garantam a igualdade de oportunidades e de direitos entre homens e mulheres para assegurar à população feminina o pleno exercício de sua cidadania. Como nota-se existe atividade no campo político em prol de ações que diminuam a discriminação da mulher na sociedade e que garantam maior acesso à situação de igualdade. Cabe saber se os meios de comunicação divulgam os avanços relacionados às políticas para mulher.

No Paraná, os principais objetivos do conselho estadual eram promover uma política global, visando eliminar as discriminações que atingem a mulher, possibilitando sua integração e promoção como cidadã em todos os aspectos da vida econômica, social, política e cultural. Além de executar projetos e adoção de medidas que contribuam para a concretização da política formulada definindo prioridades, assim como aconteceram nos demais conselhos. (CNPM, 2004).

Até hoje, o conselho tem o objetivo de promover e desenvolver estudos, pesquisas, eventos e debates sobre a condição da mulher; a incorporação de preocupações e sugestões manifestadas pela comunidade; estimular e apoiar a organização e mobilização feminina; desenvolver a ação integrada e articulada com o conjunto de órgãos e entidades públicas para implantar políticas comprometidas com a superação de preconceitos e desigualdades relacionadas ao sexo; incentivar à criação de conselhos municipais do Paraná e fiscalizar a exigência do cumprimento da lei em vigor relacionada aos direitos assegurados da mulher. (CNPM, 2004).

Os conselhos municipais são importantes porque os problemas femininos são discutidos neles e, mais tarde, são repassados para os conselhos estaduais. As necessidades das mulheres e de ações governamentais para a diminuição da desigualdade entre os sexos foram debatidas nesses conselhos e depois transmitidas ao governo federal que as utilizou para a formulação de políticas públicas federais. Porém, o debate que acontece nesses conselhos ainda pouco aparece na cobertura da mídia. O que nos leva a crer que a informação sobre a existência de locais próprios para o debate de questões a respeito do desenvolvimento e planejamento de políticas públicas ficam restritas à mídia nanica ou ativista, como já acontecia desde a década de 1920. (BUIIONI, 2009).

O Conselho Estadual da Mulher do Paraná é composto por 34 conselheiras, onde metade é indicada por movimentos de mulheres, escolhida de maneira democrática, dentre aquelas que atuem nas áreas de política, sindical e cultural (com o objetivo de preservar a pluralidade dos segmentos sociais) e os outros 50% são indicados pelo poder público, ou seja, nomeadas pelo governador do Estado. A presidente da entidade é nomeada pelo governador a partir de lista tríplice definida pelos membros do conselho e tem mandato por dois anos, permitida uma recondução. O órgão responsável pelo suporte técnico administrativo é a Secretaria de Estado da Justiça e da Cidadania, sendo que outros órgãos governamentais assessoram na execução dos projetos.

No Paraná, o conselho tem como atribuições a promoção de intercâmbios e convênios com órgãos públicos e privados para a execução de projetos; o recebimento de denúncias de discriminação feminina e seu encaminhamento para entidades responsáveis; é responsável pela obtenção de recursos técnicos e pessoais; estimula o desenvolvimento de estudos sobre a condição da mulher paranaense; presta assessoria ao poder executivo e acompanha o desenvolvimento e a execução dos projetos governamentais em âmbito estadual. Porém, mesmo com todas essas atribuições, no jornal paranaense, Gazeta do Povo, o Conselho Estadual da Mulher não foi citado nenhuma vez durante o período de análise.

O conselho tem a responsabilidade de manter canais de diálogo com o movimento de mulheres apoiando-as, sem interferir no conteúdo e orientação do movimento; dar apoio psicológico e social, assistência jurídica às mulheres vítimas de violência; e, é o próprio órgão quem propõe e aprova seu regimento interno. Foi a partir dos estudos realizados pelos conselhos municipais e estaduais que o governo federal realizou um seminário reunindo os principais pontos e criou o plano nacional de políticas femininas.

Para os organizadores do plano nacional, foi importante o desenvolvimento das conferências e dos conselhos, porque ali discutiram-se as necessidades de políticas femininas e isso demonstra que o governo reconhece que é seu papel promover e elaborar ações que garantam o Estado de Direito e que é necessário garantir políticas que diminuam as desigualdades sociais. Além de que há o reconhecimento estatal que é preciso manter o diálogo entre a sociedade e as organizações militantes para a implantação de políticas adequadas às necessidades do público. (I PNPM, 2004).

O primeiro plano estava centrado em quatro grandes linhas de atuação do Estado que eram: autonomia, igualdade no mundo do trabalho e cidadania; educação inclusiva e não sexista; saúde da mulher, os direitos reprodutivos e sexuais e, por último, o enfrentamento da violência contra as mulheres. Sua criação teve início com o Decreto Presidencial de 15 de julho de 2004, no qual foi instituído o Grupo de Trabalho Interministerial¹⁰. (I PNPM, 2004).

Para a presidente do Conselho Nacional dos Direitos das Mulheres, Nilcéa Freire, a atuação da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres estimula e provoca diversos setores governamentais, porque os levam a considerar as diferenças em direção à promoção da igualdade. Isso porque, sabe-se que em 2004 (ano da criação do plano) as mulheres representavam a maioria da população (51,2%), sendo 46% delas pretas ou pardas, e que 85% viviam nos centros urbanos. (CNPM, 2004).

Esses dados são relevantes, porque durante as décadas de 1970 a 1990 ocorreram importantes modificações tanto no setor econômico e político brasileiro quanto no social. Desde 1970, observam-se mudanças sociais como, por exemplo, o envelhecimento da população, a queda nas taxas de fecundidade, o aumento de mulheres em idade reprodutiva, e o crescimento no número de mulheres em idade ativa para ingressar no mercado de trabalho. (NADER, 2001).

Já nos anos 80 e início dos anos 90,

A expansão das transformações da sociedade brasileira como um todo se intensificou com a incompatibilidade manifestada nos vários planos do funcionamento da sociedade diante das novas tendências tecnológicas, culturais e de representação social e com o consequente aumento das dificuldades sócio-econômicas que atingiram de frente as instituições familiares de todas as classes, principalmente aquelas de baixa renda. (NADER, 2001, p.26).

A pesquisadora Beatriz Nader, realizou um estudo sobre a evolução da participação da mulher na instituição familiar, desde a década de 1970 a 1995, para discutir a reprodução ideológica transmitida pelas instituições educacionais, religiosas e culturais e estudar a evolução dos padrões culturais que ajudaram a

10 O Grupo de Trabalho foi composto por representantes dos seguintes ministérios: Saúde; Educação; Trabalho e Emprego; Desenvolvimento Agrário; Desenvolvimento Social; Planejamento, Orçamento e Gestão. Além de contarem com a ajuda da Secretaria Especial de Políticas de Promoção da Igualdade Racial; do Conselho Nacional dos Direitos das Mulheres, e das Secretarias da Mulher do Estado do Acre e do município de Campinas, sob a coordenação da Secretaria Especial de Políticas para as mulheres.

transformar as relações internas das instituições familiares. Segundo a estudiosa, os últimos 20 anos são marcantes no processo de superação das estruturas coloniais brasileiras, pois houve estabelecimento de estruturas mais individualizadas dentro das unidades domésticas, um enfraquecimento do poder conservador masculino e um aumento da emancipação feminina.

Ela explica que, historicamente, o papel social feminino esteve restrito à esfera doméstica, atrelado à instituição familiar, o que ocasionou uma prática de subordinação ideológica ao poder masculino. (NADER, 2001). Muitos estudos vinculavam a instituição doméstica ao matrimônio e acabavam obscurecendo as organizações familiares que eram gerenciadas por mulheres, como se elas não existissem, como mostra a pesquisa organizada por Tuchman, nos Estados Unidos, durante a década de 1970.

Para o entendimento no avanço de políticas públicas para mulher é necessário que os dois planos nacionais de políticas sejam descritos nesse trabalho, apresentando-se as mudanças que ocorreram desde 2004 até 2008. Isso porque a cobertura jornalística das políticas contidas nesses planos é o objeto de estudo desta pesquisa.

Levando em consideração as mudanças sociais, culturais e políticas, a secretaria de políticas femininas verificou que atualmente o trabalho da mulher que vive no campo, muitas vezes, é mascarado como ‘trabalho doméstico’, o que dificulta a interpretação dos dados relativos à participação da mulher no mercado de trabalho seja ele rural ou urbano, assim como a estudiosa Nader (2001) observou em seu estudo. Além disso, sabe-se que existe desigualdade salarial entre homens e mulheres e que essa discriminação aumenta quando se analisa juntamente com a variável raça¹¹.

Os dados socioeconômicos mostram que mesmo quando a mulher tem mais anos de estudo continua ganhando menos que os homens, pois aquelas que vivem no meio rural estudam em média 6,6 anos, enquanto que os homens 6,3, e aquelas que vivem no meio urbano estudam 8,4 anos e os homens 7,4 anos. É preciso levar em consideração as informações trazidas por estes dados, para que os avanços sociais não mascarem as desigualdades existentes. (I PNPM, 2004).

¹¹ Segundo o PNPM, em junho de 2004, o salário recebido por hora de trabalho para homens brancos era de R\$ 7,16, para mulheres brancas R\$ 5,69, para homens negros R\$ 3,45 e para mulheres negras de R\$ 2,78.

As desigualdades sociais, econômicas e culturais são determinantes do processo de saúde-doença das populações e de cada pessoa em particular. Populações expostas às precárias condições de vida são mais vulneráveis e vivem menos. O Relatório sobre a situação da População Mundial (2000) demonstra que o número de mulheres pobres é superior ao de homens, que a carga horária de trabalho das mulheres é maior e que pelo menos metade do seu tempo é gasto com atividades não remuneradas, o que reduz o acesso aos bens sociais, inclusive aos serviços de saúde. (I PNPM, 2004, p.25).

É importante observarmos índices como estes, porque a implantação de políticas interfere na vida das mulheres, pois elas devem ser consideradas como sujeitos de direitos e sujeitos políticos. (I PNPM, 2004). E sabendo dessa importância, o plano nacional de políticas levou em consideração os princípios de igualdade e respeito à diversidade; a equidade; a autonomia das mulheres; a laicidade do Estado; a universalidade das políticas; a justiça social; a transparência dos atos públicos e a participação e controle social¹².

A questão da mulher no mercado de trabalho é levada em consideração no plano, porque desde a década de 70 houve maior participação feminina nessa área, profissionalização da mão-de-obra através da educação e mais participação da mulher no campo político, o que ocasionou modificações de mentalidade que esses fenômenos proporcionaram. (NADER, 2001). Algumas das políticas de proteção à mulher no mercado de trabalho estão na Consolidação de Leis Trabalhistas e Súmulas desde 1943, assim como na Constituição Federal de 1988 que prevê o direito de proteção à maternidade (seção V, título III, capítulo III); e a proteção à trabalhadora em relação à função reprodutiva (sendo proibido o manuseio de substâncias tóxicas que possam impedir a gestação).

Para as mulheres que trabalham no meio rural o Estado incluiu o Art. 189 da Constituição Federal (1988) que determina que o título de domínio ou concessão de uso pode ser concedido tanto ao homem quanto à mulher independente do estado civil. Isso porque, segundo o censo da reforma agrária, realizado em 1996 e divulgado pelo Plano Nacional de Políticas para Mulheres, as mulheres titulares de terras representavam apenas 12% do total. Na tentativa de sanar essa dificuldade

¹² Em cada uma das quatro partes do plano nacional existe a explicação sobre o contexto da mulher na sociedade. Na primeira parte - que trata sobre a autonomia e igualdade no mundo do trabalho - mostram-se as diferenças no mercado de trabalho com relação ao sexo. Segundo o plano, a taxa de participação das mulheres no mercado de trabalho brasileiro em 2003 era de 50%. Considerada maior do que a média da América Latina que era de 45%. Porém, as mulheres ainda são maioria nos trabalhos domésticos (93%), na produção para o autoconsumo (69%) e nas atividades não-remuneradas (55%). (I PNPM, 2004).

de acesso à terra, o Programa de Ações Afirmativas, em 2001¹³, estabeleceu que um mínimo de 30% dos recursos do Programa Nacional de Agricultura Familiar (PRONAF) deveria ser destinado preferencialmente às mulheres agricultoras. (I PNPM, 2004). Essa informação não aparece em nenhum dos jornais analisados. Mas, a Gazeta do Povo trouxe uma notícia sobre a decisão inédita da 21ª Câmara Cível que concedeu uma casa para uma idosa que buscou seu direito na justiça.

O plano nacional de políticas para mulheres tinha como metas adotar medidas que promovessem a elevação taxa de atividade das mulheres na PEA. Mantivesse a média nacional em, no mínimo, 50% de participação das mulheres como trabalhadoras capacitadas e qualificadas atendidas pelo PNQ e pelos convênios com entidades que desenvolvam formação profissional. Conceder crédito a 400 mil mulheres trabalhadoras rurais, no período de 2005 a 2006. Documentar 250 mil mulheres rurais em quatro anos. Conceder 400 mil títulos conjuntos de terra, no caso de lotes pertencentes a casais, a todas as famílias beneficiadas pela reforma agrária. E atender 350 mil mulheres nos projetos de Assistência Técnica e Extensão Rural e de Assistência Técnica Sustentável. (I PNPM, 2004).

No segundo capítulo do plano estão as diretrizes para implantação de melhorias na área educacional. O aumento em anos de escolaridade atinge as mulheres mais jovens e a exclusão educacional de grupos de mulheres mais velhas e pobres recebe atenção para a formulação de políticas. Isso porque mais de quatro milhões e quinhentas mil mulheres com mais de 50 anos eram analfabetas até 2000.

A educação - tanto religiosa quanto a familiar - sempre foi um fator importante, porque até pouco tempo atrás ensinava à mulher como deveria ser na sociedade, como deveria cuidar da casa e do marido. (NADER, 2001). O sistema educacional brasileiro proposto até 1827, por exemplo, admitia às meninas o estudo somente até o primeiro grau, sendo impossível estudar tanto quanto os homens. (TELES, 1999). As atividades ensinadas eram diferentes dependendo do sexo da pessoa, como acontecia também na Europa. Os garotos aprendiam gramática, matemática e tinham incentivo à leitura, já as garotas eram destinadas a aprender trabalhos com a agulha, como bordado e costura. (TELES, 1999).

Como as desigualdades educacionais estão relacionadas ao sexo e foram construídas historicamente, o governo prevê em seu plano uma parte específica

¹³ Portaria nº121, de 22 de maio de 2001.

para minimizar essas diferenças. Atualmente, a política educacional que garante educação pública para as crianças de zero a seis anos, também serve para que mães e pais tenham maiores possibilidades de inserção igualitária no mercado de trabalho. (I PNPM, 2004).

Em 2003, na região Sul do país, apenas 28,01% das crianças de zero a seis estavam matriculadas em creches ou pré-escolas. A região Sudeste é a que apresenta maior índice de crianças matriculadas (32,86%), é onde estão as maiores proporções de serviços privados em relação aos públicos e onde há maiores taxas de ocupação feminina. (IPNPM, 2004).

Em um estudo realizado pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico constatou-se que as brasileiras são maioria entre professores de educação básica (92,6%) e minoria na educação superior (40,8%). Por isso, o plano tinha por objetivo promover políticas que melhorassem a qualidade do ensino, a diminuição do preconceito e discriminação com as mulheres desde aquelas encontradas nos materiais didáticos, como nos diferentes espaços e nas atitudes dos professores. As metas para a área educacional eram de diminuir em 15% a taxa de analfabetismo entre as mulheres acima de 45 anos; e aumentar em 12% o número de crianças de zero a seis anos matriculadas em creches e pré-escolas da rede pública. (IPNPM, 2004).

A terceira parte do plano discorre sobre a saúde da mulher, direitos sexuais e direitos reprodutivos. Antes dele já existiam algumas ações políticas visando os cuidados nessa área. Em 1984, o Ministério da Saúde propôs o Programa de Assistência Integral à Saúde da Mulher, o PAISM. No início, o programa abrangia apenas mulheres entre 15 a 49 anos e começou a ser implantado em Goiás. Depois da reivindicação das mulheres o programa passou a atender todas as faixas etárias, porém dos 332 Centros de Saúde, em Goiás, apenas 16 ofereciam algum tipo de atendimento, sendo que em São Paulo dos 136 somente dez funcionavam. (TELES, 1999).

Existe um avanço considerável nas políticas de saúde da mulher, visto que políticas femininas nessa área existem desde o início do século XX, mas sempre relacionadas à gravidez e ao parto, o que demonstrava uma visão fechada sobre a mulher, restringindo-a pela sua especificidade biológica e pelo papel de mãe e dona-de-casa responsável pela criação dos filhos. (TELES, 1999).

Com a criação do Programa de Assistência Integral à Saúde da Mulher – PAISM, o Ministério da Saúde modifica essa visão e dá início ao atendimento especializado na saúde da mulher com atenção ao climatério, à menopausa, queixas ginecológicas, saúde da mulher adolescente, doenças crônicas degenerativas, saúde mental, doenças infecto contagiosas e a inclusão da perspectiva de gênero. Hoje as metas para saúde da mulher incluem jovens, adultas e idosas e não mais se restringem as mulheres em idade fértil.¹⁴

Essa mudança de pensamento instaurada na política - como a necessidade de políticas de saúde feminina não restritas à mulher como progenitora - puderam ser verificadas nos meios de comunicação na década seguinte. Isso porque, nos anos 1990 houve um aumento significativo de pessoas heterossexuais portadoras de vírus positivo do HIV. Durante a década de 1980, a mídia feminina veiculou, em geral, notícias direcionadas ao consumo e ao prazer. Matérias que privilegiavam o individualismo, o sexo, o consumo e o prazer efêmero. (BUITONI, 2009).

Já no final dos anos 80 e início da década seguinte, os meios de comunicação começaram a divulgar reportagens sobre a saúde da mulher, principalmente relacionadas à prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, sobre a importância do uso da camisinha, os avanços do vírus HIV, controle de natalidade e aborto. A revista *Capricho*, que em 1988 se firmou no público jovem feminino foi a pioneira nos debates de assuntos até então polêmicos. Mas somente em 1993, a revista trouxe na capa uma jovem modelo segurando uma camisinha na mão, na qual a chamada principal era a prevenção contra a AIDS. Essa foi a primeira revista brasileira a tratar o tema HIV em heterossexuais abertamente. (BUITONI, 2009).

Como até a década de 1980 as revistas estimulavam o consumo, quando se inicia a campanha contra a AIDS, as revistas femininas buscam relatos de modelos e atrizes famosas e relacionam a necessidade do uso do preservativo à ideia de

¹⁴ As metas com relação à área da saúde eram implantar nos municípios equipes de Saúde da Família com atendimento especial às jovens, idosas, queixas clínico-ginecológicas e no climatério. Implantar projetos de atenção à saúde mental; instalar Centros de Referência em Saúde do Trabalhador; dar atenção especial à saúde da mulher índia; habilitar 35% dos presídios femininos para atenção à saúde das presidiárias; garantir a oferta de métodos anticoncepcionais reversíveis para 60% da população feminina em idade fértil; reduzir 5% o número de complicações de aborto atendidas pelo SUS; reduzir 15% a mortalidade materna no país; reduzir em 3% a incidência de AIDS nas mulheres; aumentar 30% a cobertura do exame Papanicolau na população de 35 a 49 anos – considerada população de risco e aumentar 30% o número de mamografias.

sensualidade e amor, o que também aconteceu em revistas internacionais como a *Vanity Fair*, que trouxe Liz Taylor na campanha pelo uso da camisinha. (BUITONI, 2009).

A partir da análise da representação da mulher na mídia, feita por Dulcília Buitoni, percebe-se que os meios de comunicação levaram certo tempo para aderir abertamente às campanhas de temas polêmicos e para tratar de assuntos relevantes, como a prevenção de doenças sexualmente transmissíveis, por exemplo. Cabe analisar se o mesmo ainda acontece na mídia atual, e se os avanços partem antes da implantação de políticas e somente depois de politizados é que ganham espaço nos meios de comunicação ou se, atualmente, esse fenômeno está se invertendo. Sendo assim, esse estudo analisa se as metas e propostas do plano nacional de políticas para mulheres aparecem no jornalismo impresso brasileiro e como é realizada essa publicação.

Voltando a explicação sobre o primeiro plano nacional de políticas femininas, tem-se a violência contra a mulher como um dos temas considerados relevantes ao Estado e que necessita de políticas específicas. Ainda na década de 1980, as mulheres começaram a discutir a violência doméstica. Em São Paulo, Rio de Janeiro, Pernambuco e Minas Gerais foram criados centros de defesa da mulher, que eram organizações autônomas que objetivavam atender as mulheres vítimas da violência e contavam com o trabalho voluntário de psicólogas e advogadas. Porém, nesse período, a violência doméstica era algo do qual não se falava, assim como se omitiam os assassinatos e torturas cometidas pela polícia.

Maria Amélia Teles (1999) esclarece que como as feministas não demonstravam casos concretos de violência contra a mulher, muitos jornalistas não davam credibilidade ao fato. Um acontecimento marcante foi o assassinato de Ângela Diniz pelo seu companheiro, o milionário Doca Street, em Cabo Frio - RJ. O caso foi histórico, pois até aquele momento acreditava-se que a violência doméstica existia apenas nas favelas e era cometida somente por homens negros e pobres, por causa do alcoolismo ou da extrema pobreza. (TELES, 1999).

A violência doméstica ainda é um tema com pouca visibilidade nos meios de comunicação de massa, e quando aparece na mídia geralmente está carregado de preconceitos como explica Karina e Erica Woitowicz (2006). Mesmo com o aumento de campanhas sobre a não-violência contra a mulher nos meios de comunicação, as estatísticas continuam altas e a representação de gênero transmitida pela mídia

ainda reforça a imagem de virilidade e agressividade masculina, ao mesmo tempo em que preserva a condição de vítima às mulheres. Durante um mês de análise de conteúdo de dois jornais brasileiros as pesquisadoras observaram que a mulher aparece nos impressos, na maioria das notícias, como vítima de diversas agressões. Além de que, na maioria dos casos veiculados, a notícia deixa claro que quase todas as mulheres não pedem ajuda. (WOITOWICZ; WOITOWICZ, 2006).

As estudiosas afirmam que a cobertura jornalística sobre a violência contra a mulher não desmente os altos índices desse crime na sociedade, porém algumas vezes são tratados de maneira mais emotiva. É importante observar que

Todas as matérias, ao revelarem algumas faces da violência de gênero, demonstram a pertinência do tema para o debate público, ao mesmo tempo em que apresentam traços de um discurso essencialmente masculinizado, em que os sujeitos da opressão são principalmente os homens. (WOITOWICZ; WOITOWICZ, 2006, p.8).

Em agosto de 1985, o governador de São Paulo, André Franco Montoro, criou a Delegacia Policial de Defesa da Mulher - que um ano depois atendia durante 24 horas e que teve seu modelo copiado nos demais estados. Segundo Teles, a partir de dados oficiais obtidos nas DPDM, a constituição federal passa a reconhecer a existência da violência doméstica e a necessidade de criar mecanismos para coibi-la. No mesmo ano foi criado o Conselho Nacional de Direitos da Mulher vinculado ao Ministério da Justiça.

A partir de 2004, o governo federal coloca como uma das metas do plano de políticas femininas a violência contra a mulher, pois o reconhece como um problema social. Segundo o plano, a violência acontece de maneira diferente conforme o sexo, pois a maior parte dos casos de violência contra o homem acontece nas ruas, enquanto a mulher é mais agredida dentro de casa, no espaço privado, sendo que o agressor é, em geral, uma pessoa íntima. Em pesquisa realizada pela Fundação Perseu Abramo “cerca de uma, em cada cinco mulheres brasileiras, sofreu algum tipo de violência por parte de algum homem”. Isso significa “no mínimo 2,1 milhões de mulheres espancadas por ano, ou seja, uma em cada 15 segundos”. (I PNPM, 2004, p.74).

Outro fato grave relacionado à violência contra a mulher é o abuso sexual. Segundo a Unesco, em pesquisa divulgada em julho 2004, uma em cada três ou quatro jovens é abusada sexualmente antes de completar 18 anos. Para a

Organização Mundial da Saúde (2002), a violência doméstica representa além de custos humanos uma grande carga econômica, em termos de produtividade perdida, e aumento dos serviços sociais, pois mulheres agredidas tendem a não conseguir realizar seus trabalhos (11%) e outras largam o emprego por causa do abuso (13%).

Observando a relevância e altos índices de violência doméstica brasileira o governo implantou ações como a garantia de notificação compulsória em todo país para casos de atendimento de saúde para mulheres vítimas de violência (Lei nº 10.778/2003) e anticoncepção de emergência e a garantia do aborto legal. Outros mecanismos de proteção à mulher foram estabelecidos como metas a partir de 2004. Um exemplo são as pesquisas quantitativas e qualitativas com as quais o governo pretende criar um mapa da situação para implantar serviços de prevenção e atendimento às mulheres vítimas de violência. Além dessas ações, o Estado segue outras metas¹⁵ específicas para diminuir esse problema.

No geral, o primeiro plano de políticas femininas tinha como desafio realizar uma gestão transversal para a administração pública, visto que foi pensado com a ajuda de conselhos municipais, regionais e nacionais e buscava integrar diversos grupos e programas para a ampliação dos resultados. Acompanhando as mudanças ocorridas na sociedade e na área dos direitos das cidadãs, em 2008, o governo federal reestrutura o plano e cria seis novas diretrizes, formando assim o II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres.

A necessidade de discutir as desigualdades relacionadas ao sexo feminino e masculino fica clara nas propostas do segundo plano nacional¹⁶. Sua elaboração aconteceu da mesma maneira do primeiro e mais de 200 mil mulheres participaram indiretamente. O projeto traz mudanças e mais políticas públicas, além de servir

¹⁵ Integrar os serviços locais, regionais e nacionais. Englobar o atendimento às mulheres através das Delegacias especializadas de atendimento à mulher, polícia militar, corpo de bombeiros, Centros de Referência, Casa Abrigo, serviços de saúde, Instituto Médico Legal, Defensoria Pública da Mulher programas de trabalho e renda, moradia, educação, cultura e justiça. Aumentar 15% do atendimento de saúde à mulher sob qualquer situação de violência. Implantar um sistema nacional de informação sobre violência doméstica, e capacitação de profissionais integrados na assistência à mulher e aumentar 50% o número de Delegacias da Mulher. (IPNPM, 2004).

¹⁶ Foi realizado sob a coordenação da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres com a ajuda de 18 órgãos governamentais (Ministérios da Educação, Justiça, Cidades, Desenvolvimento Agrário, Desenvolvimento Social e Combate à Fome, Planejamento, Orçamento e Gestão, Trabalho e Emprego, de Minas e Energia, Cultura, Meio Ambiente, Secretaria de Políticas de Promoção da Igualdade Racial, Secretaria dos Direitos Humanos, Casa Civil, Secretaria Geral, Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República, Fundação Nacional do Índio, e Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada) e representantes de mecanismos governamentais estaduais e municipais.

como documento para prestação de contas sobre as políticas implantadas no período de 2002 a 2007.

Segundo os organizadores do plano, a implantação de políticas femininas corresponde ao reconhecimento governamental de que este é um processo em construção e aperfeiçoamento que visa promover a igualdade e valorizar as diversidades sociais. Além do aumento de novos setores governamentais na participação do segundo plano, a quantidade de representantes civis subiu de uma para três pessoas no Conselho Nacional dos Direitos da Mulher e para duas representantes estaduais e duas municipais. Mas, o maior destaque do II PNPM é o eixo relativo à participação das mulheres nos espaços de poder. (II PNPM, 2008).

Os organizadores do plano ressaltam o fenômeno da feminização do mercado de trabalho que vem ocorrendo há 15 anos¹⁷. O que é explicado através da queda nas taxas de fecundidade, o aumento da escolaridade, as mudanças nos valores referentes aos papéis e espaços destinados à mulher e fatores econômicos. (II PNPM, 2008). Porém, as desigualdades salariais com relação ao sexo continuaram existindo, visto que segundo dados do IBGE, em 2006, as mulheres brancas ganhavam, em média, 63% do que os homens brancos, as mulheres negras ganhavam 66% do que os homens negros e apenas 32% do rendimento médio dos homens brancos.

Uma das iniciativas de políticas contra a desigualdade no mercado de trabalho foi a segunda edição do Programa Pró-Equidade de Gênero, do Programa Nacional de Fortalecimento da Agricultura Familiar (Pronaf) e do Programa Nacional de Documentação da Trabalhadora Rural. A diferença do primeiro plano para o segundo está no fato de que agora a ampliação de creches e pré-escolas está relacionada à autonomia no trabalho e não mais à educação como era no primeiro. Isso porque entende-se que para a mulher obter maior autonomia no mercado de trabalho é necessária a criação de condições que permitam isso, pois muitas mulheres não tendo creches ou com quem deixar seus filhos enquanto trabalham acabam pedindo demissão do emprego, o que aumenta a desigualdade entre os sexos.

Problemas como a falta de creches para auxiliar a inserção da mulher no mercado de trabalho, direitos trabalhistas e desigualdade de salários começam a

¹⁷ Em 2006, as mulheres de 16 anos ou mais que se encontravam ativas no mercado de trabalho representavam 59% da população feminina.

serem discutidos na mídia feminina no final da década de 1970 através da imprensa alternativa ou nanica¹⁸. Essa década foi marcada pelas reivindicações femininas que se refletiram na imprensa da década seguinte. Os meios de comunicação atuais também falam sobre o assunto como, por exemplo, na cobertura da Gazeta do Povo sobre a falta de creches para crianças e escolas de ensino fundamental que ajudam as mulheres a se inserirem no mercado de trabalho. O jornal veiculou em 11 de setembro de 2008 duas reportagens sobre o assunto e afirmou que apenas 3,3% das crianças paranaenses estavam matriculadas na educação infantil, em 2006. Portanto, é um tema que a mídia faz cobertura e que os governantes reconhecem como área que precisa de ações do Estado e implantação de políticas que auxiliem as mulheres no mercado de trabalho e as crianças com educação infantil.

O segundo plano também prometeu prosseguir com esforços em serviços na área da saúde feminina, pois entende que as mulheres continuam sendo a maioria da população e as principais usuárias do Sistema Único de Saúde (SUS). Os planos nacionais dão atenção especial para a saúde sexual e reprodutiva das mulheres, porque segundo os dados da Secretaria de Vigilância em Saúde (Ministério da Saúde) 92% dos casos de morte materna poderiam ter sido evitados. (II PNPM, 2008).

O aborto é um tema de destaque no plano, porque representa um problema grave para as mulheres que o praticam, pois geram condições de risco e complicações severas que muitas vezes levam à morte. Segundo os dados do II PNPM, em 2006 foram realizados 2.067 abortos legais, ou seja, aqueles que estão previstos no art. 128 do Código Penal que permite a realização do mesmo nos casos de risco à vida materna ou por estupro. Porém, no mesmo período, o Sistema Único de Saúde realizou 222.840 curetagens pós-aborto, sendo que 37 mulheres morreram.

Para diminuir esses índices o governo aplica políticas como o estímulo da assistência em planejamento familiar que respeitem os princípios dos direitos sexuais e reprodutivos. Além disso, o plano traça como metas medidas que ajudem na prevenção de gravidez indesejada, em aumento da conscientização da contracepção e em ações de prevenção da HIV/Aids e outras doenças sexualmente

¹⁸ Marcaram a época as revistas *Nós Mulheres* e *Brasil Mulher*, sendo que a última foi lançada em Londrina – interior do Paraná, em 1975, com apoio do Movimento Feminino pela Anistia (o que demonstra a existência de movimentação feminina paranaense e público interessado em seu conteúdo).

transmissíveis. O plano utiliza o relatório do Comitê Cedaw (1981) que pede para que haja uma revisão da legislação sobre a criminalização do aborto, para que se remova as punições impostas às mulheres e que haja acesso aos serviços de qualidade no caso de complicações decorrentes de aborto.

Quanto às políticas públicas para diminuição da violência contra mulher¹⁹, o governo criou em 2005 a Central de Atendimento à Mulher – Ligue 180, com objetivo de atender mulheres vítimas de violência, dar orientação sobre os direitos femininos, receber denúncias e reclamações dos serviços da rede. Desde sua criação, a central realizou mais de 270 mil atendimentos. Para os organizadores do segundo plano, a principal política nessa área foi a integração da rede com serviços de saúde, de segurança pública, assistência social e outros órgãos, além da sanção, em 07 de agosto de 2006, da Lei Maria da Penha, nº 11.340/06. Ela trata do enfrentamento da violência doméstica e familiar contra a mulher. Em 2007, o governo federal também criou o Observatório de Monitoramento da Implementação e Aplicação da Lei Maria da Penha.

A baixa participação da mulher nos espaços de poder e de decisão ganhou espaço na agenda política do governo e estava relacionado à participação da mulher em organizações da sociedade, partidos políticos, cargos e mandatos eletivos do Estado – em especial nos poderes legislativo e executivo. Isso porque observa-se a movimentação das mulheres em associações e organizações, mas sua presença é pequena em partidos, no parlamento e nos governos. (II PNPM, 2008). Nos meios de comunicação, as mulheres que trabalham na política ganharam mais espaço em períodos de campanhas eleitorais, principalmente quando disputaram o segundo turno. Porém, poucas mulheres falaram sobre políticas femininas durante o período da análise dos jornais, como fica claro no capítulo três.

Os organizadores do segundo plano apontam algumas variáveis que podem explicar a sub-representação da mulher na política:

A persistência da cultura patriarcal que associa os homens ao espaço público e as mulheres ao espaço privado; o peso do poder econômico no processo eleitoral e o custo crescente das campanhas favorecendo as candidaturas masculinas; o pouco tempo dedicado à ação política pelas mulheres, em grande parte, pela sobrecarga de responsabilidades, pelo acúmulo das tarefas domésticas e com os cuidados com os filhos e com

¹⁹ Considera-se violência contra a mulher: a violência doméstica que pode ser psicológica, sexual, física, moral e patrimonial; violência sexual, abuso e exploração sexual de mulheres, adolescentes e jovens, assédio sexual, assédio moral, tráfico de mulheres, violência institucional e a sofrida pelas mulheres que exercem a atividade de prostituição. (II PNPM, 2008).

familiares doentes, bem como com cuidados dispensados às pessoas com deficiência e aos idosos, além dos dedicados à vida laboral, e as trajetórias políticas das mulheres, menos consolidadas relativamente às dos homens. (II PNPM, 2008, p.116).

O governo objetiva incluir mulheres e grupos marginalizados no modelo de desenvolvimento sustentável, cedendo espaço para maior autonomia feminina, participação em processos de gestão de recursos naturais e decisões técnicas nas mais diversas áreas que envolvam o meio ambiente. Outro ponto do trabalho é a preocupação com o direito à terra, moradia digna e infraestrutura social nos meios rural e urbano, porque a presença da mulher no trabalho do campo esteve marcada, durante muito tempo, pela divisão sexual, visto que a presença feminina estava concentrada em atividades para o autoconsumo familiar que são colocadas como extensão dos cuidados com os filhos, sem remuneração e que não se vinculam ao comércio e geração de renda para a família. (II PNPM, 2008).

Levando em consideração que a transmissão cultural é realizada através da socialização dos indivíduos através da família, escola, igreja e do Estado e que os meios de comunicação tornaram-se centrais nas sociedades complexas, o governo demonstra preocupação quanto aos conteúdos transmitidos através da cultura, comunicação e mídia no segundo plano. No documento, fica clara a ideia que a mídia exerce um papel importante tanto na transformação quanto na manutenção das crenças, de papéis sociais e de estereótipos, por isso o plano busca incentivar mídias igualitárias, democráticas e não discriminatórias. (II PNPM, 2008).

A partir dessa constatação, percebe-se que os gestores públicos reconhecem a importância dos meios de comunicação e dão atenção à mídia. O que é verificado empiricamente pela pesquisa no capítulo três. Vale lembrar que o trabalho em questão não tem o objetivo de avaliar os resultados das políticas públicas femininas descritas até o momento, mas sim analisar se elas são veiculadas pelos meios de comunicação de massa e como isso é feito.

O reconhecimento do poder dos meios de comunicação de massa no processo de construção das representações sociais, das identidades, da difusão de crenças e valores não significa que sejam os únicos responsáveis pela produção, manutenção ou mudanças nos estereótipos e preconceitos. Há que se pensar no local ocupado pela produção cultural, quanto ao pluralismo e diversidade de oportunidades. Por isso, a promoção da visibilidade de trabalhos culturais realizados

pelas mulheres, o acesso aos meios de produção e a inibição de programas de comunicação discriminatórios relacionados ao sexo são algumas das preocupações do segundo plano.

Os enfrentamentos do racismo, do sexismo e da lesbofobia fazem parte das dez diretrizes do plano atualizado, tendo como objetivo implantar políticas, programas e ações contra essas atitudes preconceituosas e discriminatórias, seja através de divulgação e propagandas para esclarecimento do assunto, ou através de adoção de medidas punitivas para os casos de preconceito e discriminação.

A última diretriz do II PNPM é a diminuição das desigualdades geracionais que atingem as mulheres, em especial as jovens e idosas. Ela tem por objetivo a garantia do protagonismo das jovens e das idosas na elaboração, monitoramento e avaliação das políticas para mulheres, considerando as diferenças de gerações. Tem como prioridade o apoio ao Estatuto do Idoso, da Criança e do Adolescente. Além de capacitar lideranças das jovens feministas na promoção de políticas públicas para enfrentar o preconceito e as desigualdades.

Para chegar ao desenvolvimento do II Plano Nacional de Políticas para Mulheres foi preciso que diversas mudanças acontecessem na sociedade, principalmente no Brasil. Uma das principais transformações sociais e políticas foi a Constituição Federal Brasileira de 1988. Ela instituiu que os direitos das mulheres são iguais aos dos homens, sendo que isso já havia sido discutido em 1979 através da criação de leis pela Assembléia Geral das Nações Unidas.

O movimento de mulheres continua sendo uma ferramenta importante para o desenvolvimento e discussão de políticas públicas, principalmente porque foi a partir da mobilização das mulheres na reivindicação de seus direitos que ações começaram a ser discutidas a respeito. Um exemplo recente é a mobilização dos grupos feministas, desde a década de 1970 até hoje, em prol das questões sobre sexualidade, direitos reprodutivos, creche, igualdade salarial, acesso profissional, redemocratização do país e a própria implantação de políticas públicas de gênero.

Nota-se, portanto, que o Estado preocupa-se com a diminuição da desigualdade social, política e econômica existente entre os sexos. E através de estudos, pesquisas quantitativas e qualitativas sobre a condição feminina e das reivindicações dos grupos feministas é que o governo tem criado ações e programas para garantir a igualdade de direitos. O que pode ser percebido na elaboração dos dois planos nacionais de políticas para mulheres.

Primeiramente, a preocupação governamental estava restrita a quatro áreas que eram a igualdade de oportunidades no mercado de trabalho; educação igualitária e não discriminatória; medidas preventivas e punitivas contra a violência doméstica e a saúde feminina não mais restrita à mulher enquanto mãe ou em idade fértil. O segundo plano trouxe novas preocupações com a instituição de medidas e projetos para o aumento das mulheres nos espaços de poder, maior acessibilidade das crianças em creches e pré-escolas, debates sobre a descriminalização do aborto e remoção das punições impostas às mulheres que praticassem o aborto e outras iniciativas como o maior espaço nos meios de comunicação e na cultura para a produção feminina e a proibição de programas comunicacionais discriminatórios.

Logo, as transformações sociais, culturais e econômicas com relação ao papel da mulher na sociedade podem ser vistas em ações recentes implantadas na área das políticas públicas femininas. Como Buitoni (2009) mostra, os meios de comunicação tendem a divulgar as transformações sociais com relativo atraso, pois temas considerados polêmicos foram antes tratados pela política para que depois de uma década, em média, fossem transmitidos na mídia impressa. Cabe verificar se o mesmo ainda acontece nos jornais brasileiros e para entendermos melhor a importância dos meios de comunicação de massa na divulgação dos direitos das mulheres e das políticas específicas para elas, assim como na geração do debate público apresenta-se o capítulo 2 intitulado “Comunicação política e o debate na esfera pública”.

3 COMUNICAÇÃO POLÍTICA E O DEBATE NA ESFERA PÚBLICA

Os meios de comunicação de massa têm grande importância nas democracias modernas, visto que pesquisas comprovam que eles têm o poder de pautar assuntos que são discutidos na esfera pública. (McCOMBS, 1997). A maneira como a mídia trata os temas também influencia o modo como o público os recebe e os processa. (ENTMAN 1993; PORTO, 2001). Da mesma forma como os meios de comunicação colocam um assunto em debate público e salientam um ponto de vista sobre ele, a mídia deixa de falar sobre outros temas de relevância social e acaba obscurecendo-os. (NEÖLLE-NEUMANN, 1995).

É a partir dos temas e informações colocados ou obscurecidos pelos meios de comunicação de massa que as pessoas agregam conhecimento e formam sua opinião a respeito, o que faz com que os meios de comunicação de massa ajudem na construção social da realidade. (BERGER e LUCKMANN, 1985).

Para entendermos como a mídia pode e ajuda na construção social da realidade, a partir do momento que traz informações relevantes para a vida cotidiana dos cidadãos e auxilia os indivíduos a formar conhecimento acerca dos fatos, a pesquisa utiliza os estudos de Berger e Luckmann, mas tem em vista que esta não é a única possibilidade. Sabe-se também que os trabalhos de Berger e Luckmann sobre a construção social da realidade não foram pensados especificadamente para o Jornalismo, mas sim à sociedade como um todo. Por isso, a pesquisa em questão adapta o estudo para uma análise da formação da realidade a partir do conteúdo veiculado nos jornais.

Para os estudiosos Peter Berger e Thomas Luckmann (1985) a realidade é entendida como uma qualidade que pertence aos fenômenos que estão além da nossa vontade e o conhecimento diz respeito à certeza da existência real dos fenômenos e de suas características específicas.

Dessa forma, a sociologia do conhecimento leva em consideração que existem diferenças observáveis entre aquilo que é admitido por 'conhecimento' por uma sociedade e por outra, por isso ela estuda os processos através dos quais o conhecimento passa a ser socialmente estabelecido como realidade. Para os estudiosos, os indivíduos devem se preocupar com o que conhecem como realidade

da vida cotidiana, ou seja, com o senso comum²⁰ e não com as ideias, pois “a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada pelos homens e subjetivamente dotada de sentido para eles na medida em que forma um mundo coerente”. (BERGER e LUCKMANN, 1985, p. 35).

Berger e Luckmann acreditam que a realidade parece objetivada e construída de forma como se o mundo já estivesse dado. A ordem social é um produto da atividade humana, uma realidade objetiva, na qual o homem é um produto social. Dessa forma, o conteúdo da socialização²¹ está determinado pela distribuição social do conhecimento e o meio mais importante para a conservação da realidade pertence a conversa. Ela mantém continuamente a realidade e também a modifica. Quanto mais se conversa, mais se fortalece seu poder de geradora da realidade, sendo que a troca de palavras é o que confirma a realidade subjetiva.

É possível fazer relação entre os estudos sobre a construção social da realidade e a interferência dos meios de comunicação na interação social, porque a mídia tenta retratar de forma “neutra” os acontecimentos do cotidiano com ajuda dos critérios de noticiabilidade. Porém, mesmo que se utilizem normas e critérios profissionais nunca será possível retratar fielmente a realidade cotidiana, pois a realidade social da vida cotidiana é apreendida num contínuo de tipificações que tornam-se anônimas na medida em que distanciam-se da conversa face a face. (BERGER; LUCKMANN, 1985).

Tudo isso é importante para perceber que a vida cotidiana apresenta-se como uma realidade interpretada que é dotada de sentido, onde a maior experiência partilhada com o próximo é feita através da conversa/comunicação. Como os autores acreditam que a conversa é o meio mais importante de conservação da realidade e é aquilo que modifica essa realidade, os meios de comunicação são vistos como auxiliares na construção social da realidade. Porque eles contam histórias sobre o cotidiano e agendam assuntos que as pessoas podem discutir na esfera pública.

Ao tornarem público um assunto, os meios de comunicação estão agendando-o e dando visibilidade na esfera pública, porque como explica Habermas

²⁰ Para Berger e Luckmann (1985) o senso comum é dotado de inúmeras interpretações que são consideradas pré-científicas e quase-científicas sobre a realidade cotidiana.

²¹ O termo socialização é entendido como “ampla e consistente introdução de um indivíduo no mundo objetivo de uma sociedade ou de um setor dela”. (BERGER e LUCKMANN, 1985). A socialização ocorre através de um processo ontogenético.

(2006) não existe publicização de assunto privado. Isso pode ser percebido através dos critérios que os jornalistas utilizam para selecionar os fatos como notícias ou deixá-los fora da agenda. Tendem a ser noticiados os acontecimentos que são de interesse público e aqueles que têm relevância social. Por isso, não é qualquer assunto que ganha espaço na esfera pública. Pois, a esfera pública é o espaço no qual os interesses, vontades e pretensões, que dizem respeito a uma coletividade são colocados em discussão e onde pessoas privadas utilizam-se da lógica da argumentação para discutirem reunidas num público. A esfera pública é o âmbito da vida social e sua primeira característica é a palavra, a comunicação. (HABERMAS, 2003).

Para Costa e Avritzer (2004), a esfera pública constitui-se como uma arena viva e dinâmica, na qual os processos permanentes de construção, desconstrução e reconstrução discursiva e simbólica da nação estão contemplados. Sérgio Costa (1995) acredita que a esfera pública é um sistema intermediário que tem função política, porque é neste local que há absorção e processamento de determinados temas e opiniões, assim como a transmissão da opinião pública. Ela é um mercado de opiniões.

A opinião pública não assume imediatamente a forma de decisões políticas, mas antes verificam-se a formulação pública e os posicionamentos sobre os temas e somente depois de assimilada pode se transformar em uma decisão concreta. A esfera é um local simbólico, que além de ser onde se forma a opinião pública é também onde se elaboram e legitimam as normas coletivas que sofrem as pressões trazidas pela realidade. (HANSEN, 2007).

Segundo Cucurella (2001), Hannah Arendt explica que há diferenças radicais entre a concepção de público, privado, político e social se compararmos a modernidade com outras épocas como a Grécia, por exemplo. Isso porque na modernidade os direitos políticos tornam-se universais e a perspectiva social penetra em todos os âmbitos da vida social. O termo 'privado' não se refere mais ao senhor dono das terras como se referia na Grécia, mas a esfera do íntimo, opondo-se à esfera pública e a esfera social.

Aplica-se esse pensamento na pesquisa, porque houve transformações sociais nas quais assuntos que eram tratados como pertencentes à esfera privada – doméstica – passam a ser percebidos como problemas sociais comuns aos cidadãos, logo não restritos à esfera do lar como, por exemplo, a violência

doméstica contra a mulher. O abuso e os maus-tratos contra as mulheres eram entendidos como um problema privado, o que a partir da implantação das políticas públicas passa a ser tratado como relativo ao Estado, sendo que é esta transformação no entendimento do que refere-se à esfera privada, pública e social que Hannah Arendt coloca. Por isso, para essa estudiosa a era moderna extinguiu as esferas pública e privada em seu sentido tradicional, ao mesmo tempo, em que fez surgir a esfera social em dois sentidos: “a transformação de interesses privados da propriedade privada em um interesse público e de conversão pública em função dos processos de criação de riqueza, sendo este “o único interesse é comum”. (CUCURELLA, 2001, p. 54).

Habermas (2003) acredita que houve a degradação da esfera pública moderna por causa das transformações ocorridas na estrutura das sociedades, em especial, aquelas relacionadas à vinculação da esfera pública aos meios de comunicação de massa e a cultura de massa. Dessa maneira, quanto mais se amplia a esfera, menos força passa a ter sua função, porém ela continua sendo um princípio organizacional do ordenamento político moderno. Para este estudioso, a esfera pública teria entrado em declínio quando a opinião pública tornou-se indiferenciada da publicidade e quando o consenso começou a ser gerado de cima para baixo por causa dos meios de comunicação, o que ocasionou um esvaziamento do conteúdo normativo.

Essa visão pessimista que o autor tem por causa da inserção dos meios de comunicação nas sociedades aplica-se a pesquisa ao perceber que a mídia pode obscurecer alguns assuntos de relevância social ou nivelá-los por baixo. Isso porque se os jornais não trouxerem uma cobertura jornalística sobre políticas públicas femininas ou a fazerem de modo restrito, os cidadãos não terão subsídios suficientes para discutirem a respeito desse assunto e tenderão a pensar a respeito da mulher e de seus direitos apenas relacionando-as às celebridades, cultura e variedades - como a cobertura da mídia vem fazendo nas últimas décadas segundo Buitoni (2009) e Tuchman (1978).

Uma visão menos pessimista sobre a introdução dos meios de comunicação na esfera pública faz parte dos estudos de John B. Thompson (1995). Para o pesquisador, a comercialização dos meios de comunicação modificou profundamente o fórum privilegiado de discussão dos burgueses, transformando a

esfera pública burguesa em um campo de consumo cultural coordenado pela indústria cultural. Ele explica que no ponto de vista de Habermas,

A comercialização da comunicação de massa destruiu, progressivamente, seu caráter como um meio da esfera pública, pois o conteúdo dos jornais e dos outros produtos foi despolitizado, personalizado e transformado em sensacionalismo com o fim de aumentar as vendas, e os receptores foram tratados mais e mais como consumidores tanto dos produtos da mídia quanto daqueles produtos dos quais as organizações da mídia recebem suas rendas devido à publicidade. (THOMPSON, 1995, p.148).

Habermas revisa as críticas recebidas na obra *A mudança estrutural da esfera pública* e desenvolve a teoria da ação comunicativa, na qual elabora a idéia de que o pensamento crítico surgiria na medida em que os locutores e ouvintes fossem capazes de questionar as proposições de fatos externos da Ciência e das normas externadas por outros sujeitos. (HANSEN, 2007).

Thompson acredita que a visão de Habermas sobre a degradação da esfera pública por causa dos meios de comunicação de massa é muito pessimista, porque a mídia tem papel importante como fator formativo no desenvolvimento das sociedades modernas. Para explicar esse ponto de vista, o estudioso elabora quatro tópicos centrais que são: a noção de refeudalização da esfera pública; a concepção de receptores e consumidores, a teoria de Habermas da nova ideologia e a importância contemporânea da ideia de esfera pública. (THOMPSON, 1995).

Com relação ao primeiro tópico, a midiaticização da cultura moderna não pode ser interpretada como refeudalização da esfera pública, porque o desenvolvimento dos meios de comunicação criou novas oportunidades para a produção e a difusão das mensagens, assim o desenvolvimento técnico tornou a informação mais acessível e amplamente extensa no tempo e espaço. Agora, o comunicador tem o poder de atingir e influenciar o público jamais tido antes. Da mesma maneira como os meios de comunicação de massa criam novas formas de apresentação dos assuntos, os líderes tornam-se mais visíveis e vulneráveis à opinião pública e ao seu poder.

Atualmente a ideia de reconstrução da esfera pública é implausível para Thompson, porque seu conceito original foi pensando em uma sociedade na qual o acesso à informação era restrito a alguns meios impressos e ao debate face a face. E também porque “vivemos, hoje, num mundo onde a ampla escala e complexidade dos processos de tomada de decisão limita o quanto eles podem ser organizados de

maneira participativa” (THOMPSON, 1995, 156). Por exemplo, na discussão e implantação dos planos nacionais de políticas para mulheres, diversas feministas e mulheres da sociedade em geral participaram dos conselhos municipais dando sua opinião acerca das necessidades sociais, políticas e culturais que mais tarde foram repassadas aos conselhos estaduais e, por último, para a estância federal. Atualmente, cabe aos governantes implantarem as políticas propostas nos planos nacionais e não mais as mulheres que participaram de seu debate.

Dessa forma, a implementação e utilização dos meios de comunicação de massa no processo de interação social modificaram a maneira pela qual os indivíduos elaboram sua percepção da realidade e a formação da opinião na esfera pública. Thompson (1995) explica que a interação social, com a introdução dos meios de comunicação, deixou de ser face a face e passou a ser mediada, na qual os indivíduos formam vínculos através de trocas simbólicas.

Para verificar o efeito gerado pelos meios de comunicação na formação da agenda, do debate público e da formação da opinião pública, pesquisadores elaboram a teoria do *agenda-setting* (McCOMBS, 1997) e da tematização (LUHMANN, 1978). Complementado essas teorias Entman (1999) e Porto (2001) desenvolvem estudos sobre a importância do enquadramento das notícias publicadas na mídia. O tópico a seguir explica a ideia desses estudos sobre a influência do conteúdo veiculado nos *media*.

3.1 MODELOS EXPLICATIVOS DOS EFEITOS DOS MEIOS DE COMUNICAÇÃO

Os temas entram na esfera pública através dos meios de comunicação, ou seja, pela mediação e não mais apenas pelo contato face a face. Mas, como acontecem diversos fatos todos os dias, alguns são escolhidos pelos pauteiros, editores e repórteres através de critérios de noticiabilidade²² e de profissionalismo para tornarem-se notícia. Ao mesmo tempo, outros acontecimentos não são reportados pela mídia. Os jornalistas ao publicarem as notícias estão agendando e tematizando assuntos sobre os quais os cidadãos podem discutir e formar opinião a

²² Critérios de noticiabilidade são entendidos por Mauro Wolf como o conjunto de requisitos que se exigem dos fatos para adquirirem a existência pública das notícias. Caso o acontecimento não se encaixe nos critérios de noticiabilidade ele não é publicado como notícia. (WOLF, 2006). Existem mais de 20 critérios de noticiabilidade como, por exemplo, celebridade, fator geográfico, interesse humano, importância e outros.

respeito, mesmo que essa não seja a intenção primordial destes profissionais. (McCOMBS, 1997).

É através desse raciocínio que Maxwell McCombs e Donald Shaw elaboram a ideia da hipótese do *Agenda-Setting* em 1972. Segundo essa hipótese, os meios de comunicação podem influenciar as pessoas não só sobre o que pensar, mas também como pensar. Os autores explicam no trabalho "*The agenda-setting function of mass media*" (1972) que os receptores aprendem sobre o assunto publicado, quanta importância devem dar ao tema e o posicionamento em relação à notícia. Para eles, faz-se necessário estudar o conteúdo veiculado pelos meios de comunicação porque, muitas vezes, as mensagens transmitidas na mídia são as únicas informações disponíveis a respeito de certos temas aos indivíduos.

McCombs e Shaw (1972, p.177) estudaram a campanha presidencial de 1968, na comunidade de Chapel Hill, nos Estados Unidos, para analisar o poder do agendamento midiático. Os estudiosos afirmam que os meios de comunicação conseguem agendar a campanha eleitoral ao influenciar no destaque de atitudes direcionadas aos assuntos políticos. O achado da pesquisa foi que havia uma correlação altíssima ($P = 0,967$) entre os assuntos classificados como importantes para a audiência e aqueles que eram veiculados nos meios de comunicação da comunidade, sendo que o mesmo aconteceu para os temas classificados como de menor importância. Para eles, o resultado da pesquisa mostra que há uma relação fortíssima entre o destaque dado aos diversos assuntos eleitorais na mídia e a saliência e importância das opiniões dos cidadãos sobre os mesmos temas. (McCOMBS; SHAW, 1972).

É como se os julgamentos dos eleitores refletissem a cobertura da mídia e como se os receptores estivessem atentos a todas as notícias sobre a campanha eleitoral independente do candidato que ali estivesse presente. Os pesquisadores explicam que os meios de comunicação tendem a reproduzir o mundo político de maneira imperfeita, mas os eleitores tendem a compartilhar essa definição por causa do *agenda-setting*. (McCOMBS; SHAW, 1972).

McCombs e Shaw (1972) acreditam que os meios de comunicação são fontes primárias de informação sobre política, para a população em geral, porque dificilmente os indivíduos terão acesso pessoalmente aos candidatos ou participam de campanhas eleitorais, por exemplo. A mídia fornece facilmente as informações sobre a realidade política e pode-se dizer que é bem sucedida ao combinar suas

mensagens com os interesses da audiência e, por isso, existe alta correlação entre os conteúdos considerados importantes para o público e aqueles veiculados na mídia.

A hipótese do agendamento midiático leva em consideração que o impacto dos meios de comunicação sobre os receptores é direto, mas não imediato e que seus efeitos são a longo prazo. O objetivo da pesquisa não é testar a hipótese do agendamento no público, mas sim assumir as premissas dessa hipótese que já foram testadas por outros pesquisadores.

O *agenda-setting* ocupa um lugar de destaque nos estudos dos efeitos cumulativos (centrados no processo de significação). As novas tendências da pesquisa sobre os meios de comunicação e construção da realidade mudaram o paradigma existente de que os efeitos da mídia eram a curto prazo. (WOLF, 2006). Por exemplo, as notícias sobre mulher até a década de 80 centravam-se basicamente na representação da mulher enquanto esposa e dona-de-casa responsável pela educação dos filhos. Atualmente, com as mudanças sociais, econômicas e políticas essa representação está modificando-se, visto que a mulher aparece relacionada aos temas mercado de trabalho e negócios. Algo impensável durante as décadas de 60 e 70, por exemplo.

Com a hipótese do *agenda-setting* mudam-se os paradigmas, porque as pesquisas começam a dar uma cobertura global do fato e não se prendem mais a casos singulares. Começa-se a utilizar metodologias mais integradas e complexas, não só a aplicação de questionários e entrevistas ao público, além de observar o processo pelo qual o indivíduo transforma sua representação da realidade. (WOLF, 2006). Para Wolf (2006), essa hipótese não defende a idéia que a mídia pretende persuadir, mas descreve a realidade exterior apresentando uma lista daquilo que é preciso discutir ou formar uma opinião, por isso têm grande capacidade de indicar para a audiência sobre quais temas eles devem pensar alguma coisa. (WOLF, 2006).

McCombs (1997) também preocupa-se com a construção do consenso nas sociedades modernas. Em seu texto "*Building Consensus*" ele acredita que a realização do consenso entre os membros de um público é o ponto-chave da hipótese do *agenda-setting*. O consenso é a maneira através da qual uma comunidade se organiza para definir seus interesses. Sendo que a ajuda da mídia para a criação de um consenso é uma contribuição importante para a construção da

comunidade. Um exemplo de criação de consenso através do agendamento pode ser percebido na conscientização ambiental. As informações transmitidas pelos meios de comunicação sobre reciclagem de lixo e notícias sobre as transformações que estão ocorrendo na natureza por causa do desmatamento e do aumento da poluição ajudam na conscientização dos indivíduos para a importância de preservar o meio-ambiente, o que reflete-se na comunidade em geral.

O estudioso acredita que existem quatro visões sobre o papel de agendamento para o desenvolvimento da comunidade. A primeira diz respeito à imparcialidade profissional. Para McCombs, os meios de comunicação são janelas para o mundo, porque as mensagens transmitidas pelos *media* têm efeitos na comunidade onde estão inseridas. Essa visão do jornalismo dá embasamento à imparcialidade profissional (MCCOMBS, 1997).

A segunda referência é chamada de “Alvo de engajamento”. McCombs acredita que os jornalistas tentam mover as reportagens investigativas e as campanhas editoriais para os assuntos públicos e também para a agenda do governo. Acredita-se que a segunda visão sobre o agendamento é aquela que mais se encaixa nessa pesquisa, porque refere-se ao direcionamento da mídia para as questões de interesse público como os direitos femininos e as políticas de gênero que estão diretamente relacionadas à agenda do governo, porém entende-se que as quatro visões são importantes no trabalho jornalístico e por isso também fazem parte da cobertura da mídia sobre as políticas femininas.

Na terceira visão, McCombs explica que, às vezes, as notícias se fortalecem e dificilmente escapam do agendamento midiático como, por exemplo, a divulgação de resultados de pesquisas realizadas por institutos como o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística). Mas, mesmo sendo informações fortes existem empresas que resistem à publicação desses assuntos para evitar fazer parte do *agenda-setting*. (MCCOMBS, 1997). Na pesquisa verificamos que essa referência do agendamento aconteceu no jornal paranaense, pois a Folha de S.Paulo divulgou notícias relevantes socialmente que a Gazeta do Povo não publicou como, por exemplo, a Marcha das Margaridas, em Brasília.

A quarta visão é chamada de ponto de transição. As três visões anteriores são consideradas conservadoras, mas recentemente estas posições estão complementando-se pelo agendamento empreendedor. Isso porque, o autor acredita que os jornalistas estão mudando sua opinião profissional para o fim do continuísmo,

por isso o nome “ponto de transição”. As quatro visões são importantes, pois podemos identificar notícias tanto no jornalismo da Gazeta do Povo quanto da Folha de S.Paulo e verificar se alguma é mais utilizada do que as outras.

McCombs (1997) faz um levantamento de algumas das pesquisas realizadas utilizando o agendamento midiático e afirma que há uma evidência saudável sobre a influência dos meios de comunicação noticiosos nos temas da agenda pública. A pesquisa nacional que Ray Funkhouse (1973) conduziu durante uma década sobre a turbulência dos anos 60 observou que 78% das respostas relacionavam a agenda pública com a agenda midiática. Já James Winter e Chaim Eyal (1981) constataram que o ir e vir do interesse nacional sobre os direitos civis e dos próprios assuntos naturais, durante 1954 até 1976, refletiam a subida e descida dos temas cobertos pela mídia durante aquele período. O percentual de correspondência entre as agendas foi de mais de 70%.

Já McClure e Patterson (1976) comprovaram que as pessoas que mais têm informação através da televisão não têm um maior efeito proporcional de agendamento de notícias. Para Wolf (2006) isso significa que o maior consumo de mensagens transmitidas pela mídia televisiva não significa uma maior força do agendamento, diferente do que acontece com a mídia impressa. Na hipótese do *agenda-setting* a influência dos meios jornalísticos depende das pessoas e do contexto de recepção, sendo que é maior sobre os indivíduos que têm menos domínio sobre os assuntos em pauta, que têm pouca experiência direta e que necessitam mais de informação. (SOUSA, 1999).

Para a socióloga norte-americana, Gaye Tuchman, os temas agendados pelos meios de comunicação durante as décadas de 1970 e 1980 reforçavam os estereótipos existentes na sociedade como, por exemplo, o papel social da mulher relacionado à atividade doméstica como mãe, esposa e dona de casa. Isso porque depois de realizar uma pesquisa sobre a imagem da mulher na mídia, a estudiosa chegou a conclusão que a representação feminina na televisão estava centrada na mulher que fica em casa e não naquela que ajuda econômica e politicamente sua família e comunidade. Fato que se agravava quando relacionado com as transformações sociais nas quais os Estados Unidos estavam vivenciando como, por exemplo, a maior inserção da mulher no mercado de trabalho (ver mais a respeito no tópico 3.4).

Para Gonçalves (2010) tanto a hipótese do *agenda-setting* quanto a teoria da tematização estão voltadas para a explicação do papel dos meios de comunicação de massa no desenvolvimento das cognições simbólicas expressas na mídia. Isso porque, a mídia tem a capacidade de chamar a atenção dos indivíduos para questões públicas e também para o ‘grau de discriminação seletiva’ dos assuntos publicizados²³.

A hipótese do agendamento midiático recebeu críticas recentes do estudioso Victor Sampedro Blanco (2009). Para esse autor, a ciência política conservadora, a antropologia pessimista e os comunicólogos acreditam que os receptores são egocêntricos e sem conhecimentos reais. Dessa forma votam ou decidem conforme as mensagens transmitidas pelos jornalistas e pelos políticos. Para ele, é muito fácil dirigir a opinião dos jornalistas para questões-chaves sobre o governo que detém a maioria de apoio. (SAMPEDRO, 2009).

Sampedro acredita que os eventos midiáticos consagram as audiências em torno de valores consensuais e utilizam informações privilegiadas que ajudam o governo a encurralar outros partidos. Dessa forma, os meios de comunicação não podem ou não querem escapar do jogo governamental e acabam considerando as declarações oficiais como parte da realidade. O agendamento da mídia contribui para uma evidente facilidade em guiar a atenção dos jornalistas para questões-chave dos governos (que têm a maioria absoluta ao seu lado), mesmo quando os repórteres não têm afinidades com estes governos. (SAMPEDRO, 2009)²⁴.

A partir da análise das eleições espanholas de 2008, Sampedro e Pérez (2009) afirmam que uma nova característica começa a prevalecer nas democracias avançadas, ou seja, enquanto os jornalistas e os políticos concentram as agendas midiáticas em torno de temas distantes e dramas humanos, os cidadãos se preocupam com assuntos de interesses pessoais como economia e emprego, por exemplo.

Levando em consideração os trabalhos sobre o poder dos meios de comunicação em pautar os assuntos sobre os quais a população vai discutir e as

²³ Para melhor entender a teoria da tematização, o item 3.3 traz explicações sobre o assunto.

²⁴ Para ele, as pressões que os meios de comunicação sofrem não desencadeiam uma espiral de silêncio como propõe a teoria, mas sim “mentiras prudentes”. Sampedro define “mentiras” por acusações infundadas realizadas por líderes e as condenações e imputações de crime implícitas mesmo quando existem evidências e comunicados desmentindo-as. Os meios de comunicação, muitas vezes, fazem o papel de juízes e criam ambientes alienados da realidade. (SAMPEDRO, 2009).

críticas feitas por Sampedro (2009), a pesquisa considera que os meios de comunicação ajudam os indivíduos a se posicionarem a respeito dos acontecimentos e a formarem uma opinião acerca dos fatos. Tem-se em vista que os meios de comunicação noticiosos não são as únicas fontes que os cidadãos buscam a informação, por isso podem ou não ter o mesmo ponto de vista que é transmitido pela mídia.

Acredita-se que assim como os meios de comunicação podem consagrar valores consensuais na audiência também ajudam na transformação de normas, valores e comportamentos ao longo do tempo, o que pode ser positivo, por exemplo, se houver mudança em comportamentos preconceituosos ou estereotipados. Existem jogos de interesses entre aqueles que serão notícia e aqueles que produzem a informação em diversas áreas da sociedade, porém na tentativa de minimizar isso, os jornalistas seguem o pragmatismo profissional, utilizam critérios de noticiabilidade e seguem a rotina produtiva da organização na produção da notícia. Levando em consideração toda a estrutura e interesses que existem em torno da produção noticiosa é preciso analisar a maneira na qual os jornalistas tematizam e enquadram os temas que são notícias, como é o caso das políticas públicas femininas. O próximo tópico explica o que se entende por teoria do enquadramento midiático e teoria da tematização.

3.2 TEORIA DA TEMATIZAÇÃO E ENQUADRAMENTO MIDIÁTICO

Há uma proximidade entre a hipótese do *agenda-setting* e os estudos sobre tematização, porque os dois estudos surgiram dos resultados de pesquisas da comunicação política e da capacidade simbólica para estruturar a opinião pública. Além disso, os efeitos cognitivos resultantes das mensagens transmitidas pelos meios de comunicação demonstram a capacidade da mídia de desencadear uma ação. (GONÇALVES, 2010).

É uma nova maneira de observar os efeitos cognitivos dos meios de comunicação, porque nos leva para o estudo de um conjunto de conseqüências que são resultados da ação comunicativa que vem de encontro com as formas do conhecimento do cotidiano. Isso quer dizer que se observa a influência da mídia no modo como os cidadãos percebem e organizam seu conhecimento acerca de sua comunidade e mundo, e também se analisa a maneira como isso acontece e seu

motivo. (GONÇALVES, 2010). É nesse sentido que pode-se afirmar que a notícia é uma das formas elementares de conhecimento, porque

As notícias são socialmente funcionais na medida em que orientam (de determinada forma) os atores sociais e a opinião pública para com o seu mundo próximo e a realidade determinando ajustamentos que permitem progressivamente preservar a integração social dos indivíduos e a conservação da sociedade. (GONÇALVES, 2010, p.4).

O conceito tematização, como adotado aqui, foi apresentado pela primeira vez por Niklas Luhmann, em 1978. O pesquisador Mauro Wolf (2006) explica que tematização é um procedimento informativo e está inserido na hipótese do *agenda-setting*. Tematizar representa chamar a atenção do público para um acontecimento e dar a ele o 'relevo' adequado, salientando sua centralidade e significado em relação aquilo que não é tematizado.

A tematização é usada, neste trabalho, a partir da análise da produção jornalística, pois discute-se o que os jornalistas escolhem tematizar nas páginas dos jornais. Portanto, é importante deixar claro que não se trata de um estudo de tematização de público, mas sim de tematização dos jornais.

A função da tematização é selecionar os temas nos quais a audiência concentrará sua atenção e formará uma opinião a respeito. A diferença entre um acontecimento e um tema é a maior importância dada a este e o maior 'empenho comunicativo'. Na tematização relacionam-se vários acontecimentos na denúncia de um problema que tem significado público e que precisa de uma solução ou decisão a respeito, por exemplo, o debate sobre a liberação do aborto legal para as mulheres que estão grávidas de bebês anencéfalos que ganhou as páginas dos jornais paranaense e nacional.

Wolf (2006) deixa claro que nem todos os temas são passíveis de tematização, porque para que sejam é preciso que tenham caráter público. Diferente do *agenda-setting* em que qualquer assunto pode ter uma ampla cobertura da mídia, a tematização só pode acontecer em temas que pertençam a domínios com relevância institucional próprios. Para ele, é necessário juntar as perspectivas de estudo do *agenda-setting* com as pesquisas sobre tematização e enquadramento, pois somente verificar a frequência com que um tema aparece na mídia e é citado pela audiência não é suficiente.

“A ideia de que uma grande frequência define uma grande importância associa-se a um modelo comunicativo hipersimplificado, pré-semiótico”, segundo Wolf (2006, p.173). Porque, um tema pode ser publicado diversas vezes nos jornais, mas pode não ter caráter público e não mobilizar a população e os governantes para uma tomada de decisão a respeito como, por exemplo, notícias sobre celebridades. Já outros assuntos podem aparecer nos jornais e gerar grandes debates na sociedade e nos órgãos governamentais como foi o caso da liberação do aborto no Brasil, discutido desde 2005 até 2008, e que continua sem uma decisão sobre sua legalização ou não.

Como políticas públicas femininas são temas públicos, a pesquisa analisa além do agendamento do assunto, sua tematização e o enquadramento das reportagens que falam sobre elas, porque entende-se que políticas para mulheres têm relevância social por si mesmas, pois atingem a vida social, econômica e política da maioria dos brasileiros.

Dessa maneira, o presente trabalho estuda a frequência em que as políticas públicas femininas e a mulher aparecem na mídia, assim como de que forma as matérias são tematizadas. Já as reportagens são classificadas segundo a teoria do enquadramento. Porque ao mesmo tempo em que os meios de comunicação colocam algum assunto em pauta, tematizam aqueles que têm relevância própria e caráter público, e também direcionam o debate dependendo da interpretação que dão à notícia.

Não basta apenas observar os aspectos básicos dos temas, mas também como eles estão colocados pela mídia. Para Benton e Frazier (1976) existem três níveis de conhecimento que são: o mais superficial - onde a informação sobre o tema está colocada apenas no título da área temática; no segundo nível os conhecimentos de certa área ficam mais articulados e estão apresentados os diversos aspectos do problema; e no terceiro nível estão informações mais específicas como uma argumentação favorável contraposta com outra desfavorável para que o leitor forme sua opinião a partir de vários e diferentes pontos de vista. (BENTON e FRAZIER, 1976).

Retomando ao exemplo da política feminina para a legalização do aborto em bebês anencéfalos, nos jornais Folha de S.Paulo e na Gazeta do Povo, percebe-se que esse tema encaixou-se no terceiro nível de conhecimento da teoria da tematização. Isso aconteceu porque nas reportagens e matérias sobre o assunto, os

jornalistas apresentaram informações específicas sobre o problema, explicando-o para que a maioria da população entendesse sobre o assunto. Também deram espaço para a opinião do ministro da saúde, José Gomes Temporão, e para as mães que tiveram uma gravidez como essa. Além disso, apresentaram mais de uma notícia sobre o assunto, no mesmo dia, para complementar e ajudar o entendimento do leitor.

Para Wolf (2006), os autores Benton e Frazier conseguiram comprovar com a pesquisa empírica que a teoria do agendamento também tem efeito nos níveis mais altos como o segundo e o terceiro, principalmente em receptores de informação escrita. Levando em consideração a necessidade de observar a forma como as notícias estão colocadas pelos meios de comunicação é útil empregar também a teoria do enquadramento.

O enquadramento é utilizado na pesquisa para classificar apenas as reportagens, portanto não são todas as notícias que são enquadradas. Para entender mais a respeito dessa teoria é preciso explicar seu surgimento e aplicação nos estudos de Comunicação Política. Para o estudioso Robert M. Entman (1993), o enquadramento ou *framing* demonstra que os textos jornalísticos têm poder comunicativo. Para ele, o estudo do enquadramento ilumina a maneira exata na qual a influência sobre a consciência humana é exercida pela transferência de informações de uma localização (de uma fala ou notícia, por exemplo) para a consciência.

Os termos *framing*, *frames* e *framework* são utilizados nos estudos de comunicação com frequência, mas geralmente seus sentidos estão implícitos, ou seja, não estão declarados, mas o leitor sub-entende seu significado. Por esse motivo, o estudioso Entman (1993) se propõe a explicá-los. Para ele, enquadramento envolve essencialmente a seleção e o destaque de um ponto. Já o *frame* além de selecionar algum ponto da realidade e de torná-lo mais destacado promove a definição de um problema em especial, uma interpretação causal, uma avaliação moral e recomenda o tratamento de um aspecto ou de item descrito. (ENTMAN, 1993).

Além disso, o autor esclarece as funções dos *frames* ou quadros.

Geralmente frames diagnosticam, avaliam e prescrevem. *Definem problemas* - determina o que um agente causal está fazendo com os custos e benefícios, geralmente medidos em termos de valores comuns culturais; *diagnosticam causas* - identificam que as forças criando o problema; *fazem*

juílgamentos morais - avaliando agentes causais e seus efeitos; e *sugerem remédios* - oferecem e justificam tratamentos para os problemas e predizem seus efeitos prováveis. (ENTMAN, 1993, p.52)²⁵.

É necessário lembrar que uma única matéria jornalística pode utilizar mais de uma função do enquadramento, assim como muitos textos podem não utilizar nenhuma delas. (ENTMAN, 1993). Sendo assim, a teoria do enquadramento tenta explicar como os fatos agendados ou tematizados são retratados nos meios de comunicação. O enquadramento é um conceito utilizado para definir os princípios de seleção, ênfase e apresentação dos noticiários, pois os meios de comunicação ao produzirem discursos dão interpretações aos mesmos e influenciam no modo como os indivíduos interpretam os fatos. (PORTO, 2001).

O enquadramento funciona quando alguns pontos de informação são destacados e ganham mais saliência na notícia ou também quando pontos importantes são omitidos - que pode ser tão crítico quanto o direcionamento de opiniões através das informações declaradas. Segundo Entman (1993), algumas informações podem ser repetidas ou podem estar associadas aos símbolos culturais familiares para a audiência. Através das experiências de Kahneman e Tversky e os estudos de Eldeman, Entman (1993) afirma que uma mensagem modifica-se completamente dependendo dos aspectos que são destacados, daquilo que é omitido e de como as observações estão colocadas.

Grupos privilegiados têm mais facilidade para enquadrar os temas de forma que sustentem seus pontos de vista e a partir disto formem um consenso entre os demais indivíduos. Sendo que para Liedtke, “assim, a construção de uma posição política hegemônica depende da forma como os *media* enquadram as alternativas políticas”. (LIEDTKE, 2007, p.17). São esses enquadramentos que permitem que a audiência interprete a realidade a partir dos mapas cognitivos contidos nas notícias.

Mauro Porto (2001) acredita que ao cobrir assuntos de interesse público, os jornalistas utilizam os enquadramentos, porque eles ajudam a audiência a organizar e interpretar os acontecimentos políticos de maneira específica. Pois, ao produzir o

²⁵ Frames, then, define problems-determine what a causal agent is doing with what costs and benefits, usually measured in terms of common cultural values; diagnose causes-identify the forces creating the problem; make moral judgments-evaluate causal agents and their effects; and suggest remedies-offer and justify treatments for the problems and predict their likely effects. A single sentence may perform more than one of these four framing functions, although many sentences in a text may perform none of them. And a frame in any particular text may not necessarily include all four functions. (ENTMAN, 1993, p.52).

jornal ou noticiário, os repórteres utilizam os discursos presentes na esfera pública que reforçam ou contribuem com o enfoque (enquadramento) que o jornalista quer dar ao assunto. Sendo assim, os enquadramentos dão forma aos chamados “pacotes interpretativos” que existem em todas as culturas. (PORTO, 2001).

O enquadramento torna possível observar se há intenção ou direcionamento das notícias para uma determinada opinião. Em 2004, Alessandra Aldé realizou uma pesquisa sobre o enquadramento temático e chegou à conclusão que aqueles propostos pelos meios de comunicação também são incorporados nos discursos dos indivíduos no que refere-se ao tema política, o que os torna fundamentais para as explicações de suas opiniões e atitudes. (LIEDTKE, 2007).

Para o trabalho, as reportagens estão classificadas quanto a quatro tipos de enquadramentos elaborados por Mauro Porto (2001) que são usados por ele para disputas eleitorais, mas que para essa pesquisa são adaptados às demais reportagens. Os enquadramentos são: temático, episódico, corrida de cavalos e personalista.

No primeiro – *temático* – encaixam-se as reportagens que dão atenção aos “padrões interpretativos”. Nessas matérias jornalísticas as posições e as propostas dos candidatos estão colocadas sobre os aspectos substantivos dos candidatos. O foco desse enquadramento está nas plataformas e programas apresentados pelos candidatos. Quando não é período eleitoral, o enquadramento temático retrata as notícias sobre os assuntos públicos gerais e abstratos. As reportagens nesse enquadramento exigem a produção de um jornalismo mais crítico, interpretativo e que faça análise. (PORTO, 2001).

O *episódico* é um relato simplificado do assunto da notícia. As matérias aqui colocadas são mais descritivas do que interpretativas. São reportagens sobre diversos eventos, o que geram reações individualistas na recepção, ao invés de organizar argumentos para fatores sociais ou estruturais mais amplos. (PORTO, 2001).

A *corrida de cavalos* mostra os avanços e os retrocessos da campanha eleitoral. O enfoque está nos candidatos que estão disputando a eleição. São as reportagens que falam das pesquisas de opinião, sobre quantos pontos percentuais cada candidato tem durante a campanha e a oscilação desses valores, assim como as estratégias dos candidatos.

Por último, o enquadramento *personalista* é uma descrição da personalidade da personagem retratada na reportagem. Aqui existe uma tendência dos meios de comunicação de preferir atores individuais e focar em eventos a partir de dramas humanos. Nessas reportagens, as considerações políticas e institucionais não são o foco da notícia e sim a personalidade de quem se fala. (PORTO, 2001).

A partir do que entende-se a respeito do conceito de enquadramento e os quatro tipos elaborados por Mauro Porto, a pesquisa analisa quais são os temas em que mais aparece a mulher como personagem principal da notícia e quais são as políticas públicas femininas que ganham espaço nos meios de comunicação. Além disso, é verificada a maneira como os jornalistas enquadram essas notícias e se direcionam o debate para algum aspecto em específico.

3.3 O PAPEL DA MÍDIA NA CONSTRUÇÃO DA REPRESENTAÇÃO FEMININA

A partir dos trabalhos citados acima e suas respectivas críticas, a pesquisa analisa como temas de relevância social – em especial as políticas públicas para mulher – são veiculados nos meios de comunicação de massa. Pois, tem-se em mente que a mídia pode agendar os temas sobre os quais as pessoas podem vir a discutir e também tematiza e enquadra os fatos de acordo com a saliência ou proeminência de alguns pontos ou *bits* informacionais que são destacados nas notícias. Tendo em vista que é a partir dessas mensagens midiáticas que os cidadãos formam sua opinião e comportamento, pode-se afirmar que o jornalismo conta histórias ao relatar fatos do cotidiano e ajuda a construir socialmente a realidade. (TRAQUINA, 2005; BERGER, LUCKMAN, 1985).

Seguindo esse pensamento, a notícia é descrita como representação de determinados aspectos da realidade cotidiana e que através da sua existência há a contribuição para construção social da realidade e de novos referentes. O jornalismo serve como instrumento vital para a troca de informações e para a participação dos cidadãos na sociedade, por isso o papel dos jornalistas é essencial para a sociedade. (SOUSA, 2002).

Durante a produção da notícia tem-se de um lado a cultura profissional dos jornalistas (códigos profissionais, as tipificações, as regras, os estereótipos, as representações dos papéis, os rituais, as convenções da profissão, as concepções do produto-notícia e às que “superintendem” sua confecção). De outro lado existem

as restrições relacionadas ao trabalho, aquelas que direcionam o processo produtivo que vai desde a escolha das fontes de informação até a seleção dos fatos. (WOLF, 2006).

Os jornalistas utilizam constantemente os critérios de noticiabilidade para determinar aquilo que será ou não noticiável. A noticiabilidade corresponde ao conjunto de critérios, operações e instrumentos com os quais os órgãos de informação escolhem, cotidianamente, uma quantidade restrita e tendencialmente estável de notícias. Tudo que não corresponde a estes critérios é excluído da agenda do dia. A noticiabilidade é um componente da produção jornalística que está presente em todo o processo de produção da notícia. (WOLF, 2006).

Além desses elementos selecionadores de notícias existem também os valores-notícia ou *news values*, que podem ser descritos como um componente da noticiabilidade. Para Wolf (2006) esses critérios de relevância funcionam como pacotes que recomendam a seleção de algo dependendo de sua importância, ou seja, são as qualidades dos acontecimentos. Quanto mais 'qualidades' um fato apresentar mais chances ele terá de ser noticiável.

Os estudiosos Johan Galtung e Mari Ruge, em 1965, realizaram uma pesquisa sobre os valores-notícia e selecionaram em 12 grupos. Mais tarde, Tony Harcup e Dierdre O'Neill (2001) revisaram o estudo citado e reformularam alguns dos valores. Para estes, são valores-notícia aspectos como poder de elite, celebridade, entretenimento, surpresa, notícias negativas e positivas, magnitude, relevância, suítes e notícias de agenda. Essas características ajudam a qualificar o acontecimento como notícia ou não. Para que algo chegue ao público através dos meios de comunicação é preciso que se enquadre nos critérios de noticiabilidade ou em pelo menos um valor-notícia. Logo, a escolha daquilo que é ou não notícia é orientada pragmaticamente. (WOLF, 2006).

Para Miguel (2003), a mídia noticiosa é o principal mecanismo de difusão de informação simbólica, principalmente porque o jornalismo organiza e divulga informações de relevância social. Os meios de comunicação têm a capacidade de formular as preocupações públicas e, por isso, os grupos de interesse e os representantes eleitos precisam sensibilizar a mídia quando desejam introduzir determinadas questões na agenda pública como aconteceu, por exemplo, na cobertura midiática de políticas femininas.

A cobertura que os meios de comunicação realizam, especialmente a cobertura jornalística, leva em consideração os padrões do profissionalismo como a busca pela objetividade, imparcialidade e neutralidade, por exemplo. Supõe-se que os comunicadores procuram não se deixar influenciar por suas preferências particulares enquanto retratadores da realidade. A cobertura jornalística é influenciada pelo veículo comunicacional que a assegura e a influência do poder do agendamento midiático depende do meio no qual a notícia está inserida²⁶.

Ao cobrir jornalisticamente os temas como a campanha eleitoral, por exemplo, os jornais se diferenciam dos demais meios de comunicação, porque a lógica de sua essência diz respeito ao maior aprofundamento das notícias. Diferente dos demais veículos, os impressos têm mais espaço para publicarem reportagens longas contendo análise dos fatos e suas conseqüências. Também utilizam recursos gráficos para demonstrar o que não é possível explicar com palavras ou aquilo que não conta com ajuda de fotografias. “A informação escrita fornece aos leitores uma indicação de importância sólida, constante e visível”. (WOLF, 2006, p. 148).

O estudioso da comunicação Mário Erbolato (1985) explana que o novo jornalismo adaptou algumas técnicas práticas de comunicação com as massas visando melhorar e aprofundar aquelas existentes nas grandes reportagens. A finalidade do novo jornalismo era ampliar a interpretação dos fatos políticos com a intenção de criar um eleitorado mais crítico, bem informado e que buscasse um governo cada vez melhor.

Os diversos meios de comunicação têm capacidades diferentes para estabelecerem os assuntos de maior importância diária. A televisão, por depender de matérias curtas e tempo escasso, parece ser menos influente do que a informação escrita. Além disso, nas campanhas eleitorais existe a tendência de publicarem mais notícias relacionadas às controvérsias, competições e com o ‘folclore político’ do que aquelas consideradas mais relevantes. (WOLF, 2006).

²⁶ Erbolato (1985) aponta que cada veículo de informação tem características próprias. O jornal impresso precisa ser comprado pelo interessado. Para ter acesso as informações ali contidas é preciso saber ler. As maiores vantagens do jornal estão no fato de que ele permite a consulta e a leitura a qualquer momento, diferente da televisão ou do rádio. Além disso, a cobertura dos impressos traz o diferencial do aprofundamento, pois chegam à casa do leitor pelo menos 12 horas depois do acontecimento. Por isso, muitos jornais investem nas reportagens investigativas, com análises dos fatos e a interpretação dos mesmos.

Para a hipótese do *agenda-setting*, quanto maior a mediação da comunicação inter-pessoal, ou seja, quanto mais debater publicamente um assunto menor será a influência dos meios de comunicação. Sousa (2002) esclarece que há diversos estudos que tentam definir qual é o meio mais poderoso com relação ao agendamento, mas nenhum conseguiu a resposta para tal questionamento.

Levando em consideração a importância que os meios de comunicação têm na formação do debate público e da importância que os assuntos ganham quando estão na mídia, é preciso discutir aquilo que é veiculado a respeito da mulher e de políticas públicas femininas nos meios de comunicação. Um dos principais estudos realizados nos Estados Unidos sobre a imagem da mulher na mídia é da socióloga norte-americana Gaye Tuchman. Já no Brasil, a jornalista e doutora em Comunicação, Dulcília Schroeder Buitoni, realizou uma ampla pesquisa sobre a representação feminina em revistas brasileiras desde o século XIX até a década de 1990 para saber quais foram as mudanças na representação da mulher transmitida pelos meios de comunicação.

A estudiosa Gaye Tuchman organizou, durante a década de 1970 e início da década de 1980, estudos relacionados à visibilidade que os meios de comunicação davam às mulheres. Com a ajuda da Diretora do Programa *Program on Women* e professora de Sociologia da Universidade de *Northwestern*, Arlene Kaplan Daniels e do jornalista e professor associado na Escola de Jornalismo de São Francisco (Universidade da Califórnia) James Benét foi publicado o livro *Hearth & Home: Images of women in the mass media*.

Os autores dos trabalhos compilados no livro *Hearth & Home* explicam que os meios de comunicação adquiriram grande importância nas sociedades contemporâneas devido ao local privilegiado que eles ocupam. Para Tuchman, a mídia tem substituído o papel que a igreja católica ocupava durante a Idade Média, como meio de transmissão dos valores dominantes, pois ela pode transmitir a mesma mensagem para todas as classes sociais e ao mesmo tempo de forma unidirecional. (TUCHMAN, 1978).

A hipótese do agendamento e a teoria da tematização convergem com os estudos de Tuchman, porque permitem explicar a formação do consenso nas sociedades democráticas, assim como Maxwell McCombs afirmou em seu artigo *Building a Consensus*, em 1997. O estudioso Donald Shaw também não excluiu a hipótese que os consensos formados poderiam ser inapropriados para servirem de

respostas aos questionamentos dos problemas enfrentados nas sociedades. (SOUSA, 2002).

Os consensos gerados e transmitidos pelos meios de comunicação fortalecem os valores dominantes na sociedade como os estereótipos, segundo Tuchman. Para a socióloga, a mídia norte-americana transmitia os valores dominantes, principalmente aqueles relacionados aos estereótipos dos papéis que cada sexo deveria ocupar na sociedade como, por exemplo, a mulher ser dona-de-casa e fazer serviços do lar e o homem trabalhar em empresas, sustentar a família e lidar com temas de maior relevância social como política e economia. Para Tuchman, o fortalecimento desses estereótipos se agravava principalmente porque a sociedade norte-americana estava passando por uma transformação social com o aumento da mulher no mercado de trabalho. (TUCHMAN, 1978).

A autora explica que a sociedade passava por um período de mudança social. Em 1920, quase um quarto das mulheres, em idade adulta e solteira, estava inserida no mercado de trabalho dos Estados Unidos e não dependia de outros para seu sustento. Já em 1976, mais de 50% das norte-americanas entre 18 e 64 anos trabalhavam, a maioria estava casada e muitas tinham filhos na pré-escola. (TUCHMAN, 1978).

Para a pesquisadora, a sociedade atravessava mudanças que afetavam não somente uma classe segregada como, por exemplo, as mulheres, mas toda a comunidade e o Estado que nela estava inserida. Essas transformações afetavam as mulheres, seus maridos, seus filhos, as fábricas e indústrias, a economia da nação e todos os envolvidos. E visto que a representação dos papéis sociais dos sexos na mídia é um tópico de grande importância social, política e econômica, cabe perguntar o que a mídia está transmitindo hoje, no Brasil, sobre a mulher e as políticas públicas para elas e se existe diferença no tratamento das informações em períodos de eleição e não eleitorais, pois sabe-se que a mídia influencia a vida daquele que se espelha nas informações transmitidas por ela. (TUCHMAN, 1978).

Mais do que simples lugares de representação, os meios de comunicação constituem-se como práticas significantes e sistemas simbólicos públicos pelos quais os significados são produzidos, nos posicionando como sujeitos, criando novas possibilidades do que somos e do podemos vir a ser. (SILVEIRINHA, 2008).

A pesquisadora *Jessie Bernard* (1973) realizou um levantamento a respeito das pesquisas feitas pelas gerações anteriores sobre mulher e política. A opinião

das mulheres sobre a política não era levada em consideração e, na maioria das vezes, era silenciada. Segundo Bernard, alguns pesquisadores chegaram a afirmar que o comportamento das eleitoras era o mesmo de suas referências masculinas, como pai e marido, sendo que para afirmar isso os pesquisadores nem ao menos consultaram a opinião dessas mulheres.

Para Tuchman, os resultados das pesquisas sobre a representação da mulher na mídia demonstravam que aparentemente ninguém se preocupava com os efeitos que os meios de comunicação traziam na geração e manutenção dos estereótipos relacionados aos sexos. Isso porque antes do movimento feminista os estereótipos dos papéis sexuais eram tratados como algo dado, pareciam ser naturais, concebidos. (TUCHMAN, 1978).

Além disso, quando transmitidos através da mídia os estereótipos se fortificavam e poderiam até impedir acontecimentos importantes para a sociedade como, por exemplo, a empregabilidade das mulheres. Isso aconteceria porque a mídia estaria limitando os horizontes das pessoas. Os estudos de Tuchman “apontam normalmente para formas de realce da aniquilação simbólica das mulheres nos *media*, ou da forma como estes constituem um sistema patriarcal que representa e reforça a dominação e o poder masculino”. (SILVEIRINHA, 2008, p.4).

Com relação às pesquisas realizadas nos impressos, a socióloga explica que o tratamento da informação é diferenciado. Os jornais, preocupados em atrair maiores segmentos de leitores, tratavam a mulher como uma parcela da audiência especializada, com páginas separadas e com um departamento de redação destinada a elas. Para aumentar a circulação dos jornais foram contratadas jornalistas que escreviam sobre o cotidiano, moda, esportes e humor. (TUCHMAN, 1978). Levando em consideração a preocupação da mídia impressa em abordar novos públicos como a mulher, por exemplo, espera-se encontrar nas páginas dos jornais notícias mais trabalhadas sobre as políticas femininas e sobre os direitos das mulheres.

A partir dessa ótica Gladys Engel Lang (1978) realizou um estudo sobre a representação da mulher nos jornais impressos, desde aquelas que são consideradas as mais admiradas como produto das notícias como, por exemplo, a primeira-dama até as mulheres políticas. Para ele, atualmente existe uma maior aceitação da mulher na política, porque elas são consideradas mais honestas que os homens. Mas, Lang (1978) explica que só isso não basta para as mulheres terem

sucesso nessa área, pois elas devem ser percebidas como tão competentes quanto os homens.

Para Lang (1978), no passado não havia notícias sobre as mulheres na política. Era como se houvesse uma cortina de silêncio em torno deste assunto. O sociólogo e comunicador também afirma que a discriminação com a mulher na mídia ainda persiste, apesar delas serem reconhecidas por aqueles com os quais trabalham e pelo público que as conhecem. Mesmo assim, a persistência na promoção da mulher na mídia poderia ajudar a quebrar a resistência pública com as mulheres que estão no mercado de trabalho. (LANG, 1978).

Outro estudo sobre a mulher nas páginas dos jornais foi realizado por *Harvey L. Molotch* e intitulado *The news of women and the work of men*. Nesse trabalho, Molotch explica que no fazer notícia, assim como em outras áreas da sociedade norte-americana, as mulheres estavam numa posição inferiorizada se comparadas com os homens. O comum, durante as décadas de 70 e 80, era que os homens contassem às mulheres as novidades e não o contrário. Vale lembrar, que no Brasil, há uma diferença sobre a produção da notícia, porque as mulheres são a maioria nas redações dos jornais diferentemente do que acontecia nos Estados Unidos durante a elaboração dos estudos de Molotch.

Para esse professor de sociologia, as tarefas nas quais as mulheres freqüentemente estavam inseridas durante as décadas de 1970 e 1980 não eram notícias como, por exemplo, as tarefas de cuidar dos filhos e da casa. Já aquelas nas quais os homens estavam inseridos – geralmente relacionados aos negócios – apareciam nos noticiários.

Molotch acredita que as mulheres não eram tidas como pessoas para quem as notícias eram pretendidas nos impressos americanos, porque as mulheres não estavam presentes na produção da notícia e raramente havia mulheres na diretoria dos jornais e donas de agências de comunicação. Para aqueles que escreviam as notícias, as mulheres estavam na cozinha, papel que tradicionalmente ocuparam nas sociedades e os homens tinham assuntos mais importantes para discutir. Por isso, a notícia pertencia ao mundo dos homens. (MOLOTCH, 1978).

Mesmo em temas de grande relevância social como as discussões sobre os direitos das mulheres, para Molotch (1978), os jornalistas pareciam ter centrado o debate na queima dos sutiãs e na perda da feminilidade da mulher, além de que pouco se falava sobre questões como a desigualdade dos salários das mulheres em

comparação com os salários dos homens, as desigualdades educacionais e no acesso ao crédito e os estereótipos transmitidos na mídia sobre a mulher. (MOLOTCH, 1978).

Em conclusão, Molotch (1978) afirma que a mulher quando aparecia na mídia norte-americana era através da perspectiva masculina sobre o que é interessante, por exemplo, como símbolo sexual, semi-nuas ou apenas interessadas no dinheiro do homem. Isso porque, esses eventos são primeiramente notícias do ponto de vista masculino. Para ele, as mulheres carecem de espaço na mídia, de ocuparem lugares de destaques na produção da notícia e na sociedade em geral.

No estudo realizado por Gaye Tuchman intitulado *The newspaper as a social movement's resource*, a socióloga concorda com o ponto de vista de Molotch (1978) que a capacidade de definir acontecimentos como notícia é uma expressão de poder político, pois os jornais não transformam todos os fatos em notícias, mas aqueles que estampam suas páginas são considerados temas relevantes para o debate. Como os fatos são selecionados pelos gatekeepers²⁷, os jornais acabam sendo recursos para os movimentos sociais e a notícia é vista como construção social da realidade. (TUCHMAN, 1978).

Segundo a pesquisadora, os jornais tornaram-se um recurso para o movimento feminista só depois que começaram a ocorrer mudanças no mundo social. Até metade dos anos 1960, os direitos das mulheres e o movimento feminista não tinham espaço na cobertura jornalística e na sociedade, principalmente porque os jornais interagem com o ambiente social nos quais estão inseridos. A cobertura desses fatos foi ganhando espaço quando as mulheres começaram a exigir que o movimento e os direitos femininos fossem tratados como notícia. E para isso começaram a criar fatos noticiosos. “Em suas atitudes, em sua organização social e em suas identificações de acontecimentos como notícia, os meios de comunicação noticiosos são uma parte e parcela da sociedade que eles servem”²⁸. (TUCHMAN, 1978, p.188).

²⁷ O termo gatekeeper é utilizado para descrever “a pessoa que toma uma decisão numa sequência de decisões e foi introduzido pelo psicólogo social Kurt Lewin” e no Jornalismo é entendido como aquele que seleciona o material que será notícia podendo ser o pauteiro ou editor de jornalismo. (TRAQUINA, 2005, p.149).

²⁸ “In their attitudes (Enzenberger, 1974), in their social organization (Tuchman, 1974), and in their identifications of events as news (Molotch e Lester, 1974), the news media are part and parcel of the society they serve”. (TUCHMAN, 1978, p.188).

Tuchman explica que alguns elementos são característicos do movimento feminista como o fato das mulheres contarem com uma parte do jornal autônoma que ajudou o movimento, que é o caso das páginas femininas. Diferente de outros movimentos que não tinham um espaço como o movimento ambiental. Para alguns pesquisadores, as páginas femininas às vezes podiam ser prejudiciais ao movimento feminista. A socióloga também notou que tinham mais mulheres trabalhando nas redações do que negros, o que também vale para a realidade brasileira atual.

Para a estudiosa, existem outros meios importantes para divulgar informações e combater a ideologia machista além dos meios de comunicação, como os “*T-groups*” – que são grupos pequenos organizados para discutir problemas e práticas com implicações ideológicas. (TUCHMAN, 1978).

No estudo realizado acerca da mulher na televisão, Tuchman explica que em 1952 aproximadamente 70% das personagens dos dramas de horário nobre eram homens e a participação da mulher estava restrita às comédias, nas quais os homens representavam 60% do elenco. Esse fato demonstrava aos telespectadores norte-americanos que a mulher não era considerada muito importante para a sociedade. (TUCHMAN, 1978). A socióloga chega a esse pensamento, porque segundo algumas pesquisas²⁹, a mulher quando aparecia na televisão era retratada como incompetente e inferior, e aquelas que trabalhavam fora de casa eram consideradas vilãs nas novelas ou sub-servientes de homens competentes.

Para Tuchman, a melhor pesquisa realizada nessa área é de Isber e Cantor (1975). As estudiosas questionam sobre onde estaria a mulher na televisão pública e acham como resposta que a mulher “está em frente ao aparelho de televisão”³⁰ (TUCHMAN, 1978, p. 15). Cantor explica que foi realizada uma análise de conteúdo sistemática sobre a programação da televisão pública durante uma semana. Através de métodos como a contagem de caracteres, de participantes, sexo, raça, tema e ou atividade desempenhada em cada programa fez-se algo que até então estava indisponível. (CANTOR, 1978).

Segundo esse estudo, dos 236 participantes dos programas veiculados na semana analisada 85% deles eram homens, sendo que a maioria dos programas para adultos falava sobre negócios, economia, leis e temas considerados

²⁹ Pesquisas como as de TUROW, 1974; GERBNER, 1972; GERBNER, 1972^a; LIEBERT et al., 1973; ISBER and CANTOR, 1975.

³⁰ Where are the women in the public television? Her answer is: “in front of the television set”. (TUCHMAN, 1978, p. 15)

importantes. Dos 38 programas analisados, sete excluíram mulheres. Para Cantor, a descoberta mais importante foi a constatação que durante quase 20 horas de programação apenas 36 mulheres estiveram presentes. Além disso, as mulheres estavam mais relacionadas aos assuntos como educação, personalidades, artes, música e nutrição que eram considerados assuntos mais femininos. Enquanto que os homens apareciam mais vezes em temas como leis e governo. (CANTOR, 1978).

Na pesquisa que Caroline e Muriel (1975) realizaram juntas, elas descobriram que tanto os comerciais como a programação da televisão pública disseminam a mesma mensagem. Nos comerciais apenas 4% apresentavam uma mulher como narradora ou protagonista, enquanto que em 91% dos anúncios eram apresentados somente por homens e 5% variavam o uso de homem e mulher ao mesmo tempo.

Se relacionarmos esses dados com os trabalhos de Schuetz e Sprafkin (1978), Silverstein e Silverstein (1974) e de Bardwick e Schumann (1967) percebe-se que há convergência do pensamento que a televisão encoraja a reprodução dos estereótipos. “Na sua descrição das mulheres, os anúncios banalizam as mulheres para o papel de dona de casa, mãe, empregada e objeto sexual, limitando o papel que a mulher desempenha na sociedade”³¹. (TUCHMAN, 1978, p. 17).

Deve-se lembrar que essas pesquisas foram realizadas nos Estados Unidos, onde a cultura e os valores sociais são distintos dos brasileiros e, por isso é importante verificar como os jornalistas falam sobre as políticas públicas para mulheres, seus direitos e sobre a própria mulher, no Brasil. Isso serve para analisar se os meios de comunicação reforçam ou não os estereótipos, e se mostram em suas páginas as mudanças sociais.

No Brasil, Buitoni (2009) realizou um amplo trabalho sobre a representação da mulher na mídia impressa. Segundo ela, o sexo feminino sempre esteve atrelado ao “segundo sexo”, a imprensa secundária e ao segundo lugar. Isso quer dizer que estava relacionada ao sub-alterno, complementar ou ao supérfluo que são carregados de ideologia. Ideologia no sentido de ditar as normas e os comportamentos sociais que as mulheres deveriam seguir, e isso se refletia nas publicações como receitas culinárias, conselhos de beleza, contos de amor e outros assuntos contidos nos suplementos femininos.

³¹ “In their portrayal of women, the ads banish females to the role of housewife, mother, homemaker, and sex object, limiting the roles women may play in society” (TUCHMAN, 1978, p. 17).

Para Buitoni (2009), existe um desligamento entre o conteúdo transmitido pela mídia feminina e a realidade da mulher, o que é acentuado pela falta de atualidade das notícias, pois geralmente são notícias frias (que não têm data certa para a publicação). A mídia feminina retrata a mulher de maneira mítica, sempre relacionada a uma qualidade e um mito a ser buscado, por exemplo, maternidade, beleza, suavidade, doçura e outros.

As primeiras publicações femininas estavam ligadas à função secundária, visto que serviam para o divertimento e para um utilitarismo prático ou até didático. Como a imprensa refletia as mudanças da época³², século XIX, pouco tem-se sobre a participação da mulher como ser social e quando a descrevem é para fazer referência a algum aspecto pitoresco. O primeiro periódico feminino foi *O Espelho Diamantino*, em 1827, que falava sobre literatura, belas-artes, teatro, moda e política. Nesse século, a imprensa feminina refletia o papel tradicional da mulher (engrandece as qualidades femininas) e começava a defender os direitos das mulheres com ênfase na educação. (BUITONI, 2009)³³. Isso porque, nesse período, as mulheres ainda não tinham o direito de estudar tanto quanto os homens e nem aprender sobre as mesmas disciplinas³⁴.

A década de 1910 ficou marcada pelas campanhas civílistas. A *Revista Feminina* foi aquela que mais durou (1914-1935). Sua tiragem era de 30 mil exemplares mensais e trazia temas como artes, letras, moda, poesia, informações sobre os direitos das mulheres (principalmente sobre o voto) e tinha seções que falavam sobre educação e dicas de beleza. Essa revista é considerada a precursora dos modernos veículos da comunicação para as mulheres, segundo Buitoni (2009).

A tendência de retratar temas supérfluos como de interesse das mulheres continuou pelas décadas seguintes. Como na década de 30 asseguram às mulheres o direito de votar, as publicações partem para a descrição da vida mundana, de eventos como o carnaval e de atividades como o bordado e a moda. Em 1940, o culto às celebridades internacionais, produtos de marcas famosas, matérias sobre

³² Vinda da família real ao Brasil, por exemplo.

³³ Já nos anos 1900, começam a surgir jornais escritos por mulheres. O jornal *Voz Feminina* foi fundado (1901) por três mulheres que faziam campanha pelo voto feminino. Mas os jornais femininos dessa época duravam pouco tempo e eram veículos de pequeno porte. Outros falavam sobre arte e ciências, literatura e variedades. Outros utilizam o tom reivindicatório contra a desigualdade dos salários, das muitas horas de trabalho por dia, as más condições de trabalho e contra os abusos dos patrões, como foi o caso do jornal *Terra Livre*, 1906. (BUITONI, 2009).

³⁴ Ver mais a respeito no capítulo um.

cinema e o rádio crescem e ganham destaque nas revistas femininas e nas seções femininas dos jornais.

Ainda na década de 1950, a mulher como consumidora de informação não era muito considerada. Visto que as matérias e reportagens que falavam sobre elas eram apenas sobre amor, beleza e trabalhos manuais. Destacaram-se nesse período as seções de fotonovelas. (BUITONI, 2009).

Na década de 1960, a industrialização modifica o modo de fazer jornalismo e as publicações partem agora de pesquisas de opinião. Inicia-se a utilização de reportagens e de notícias em profundidade. A revista *Realidade*, em 1967, traz um exemplar inteiro falando sobre a mulher brasileira. Os repórteres queriam fazer um panorama geral da mulher e para isso realizaram 1200 entrevistas. Trouxeram temas como a mulher empresária, a mãe solteira e sem preconceitos, sobre o desquite (ainda não existia o divórcio), sobre sexo, comportamento e outros temas que eram deixados de lado pela imprensa feminina. Visto que nas revistas femininas a mulher era retratada de forma romântica ou ligada aos afazeres do lar. (BUITONI, 2009).

Na década de 70, surgem revistas voltadas às mulheres solteiras, que têm poucas preocupações com o lar ou afazeres domésticos e estão mais interessadas em assuntos relacionados ao sexo. Também retornam à cena pequenos jornais que discutem a vida na comunidade, os direitos femininos, trabalhistas e sexuais e que lutavam contra a censura. A marca das publicações, em geral, era o glamour, a preocupação com a mulher bem-vestida e bonita, com o culto ao luxo e ao desleixo. Isso porque a representação da mulher nesse período é daquela que se veste bem e está sempre chique mesmo quando está em casa. A linguagem das publicações é dirigida à mulher centrada na preocupação em agradar o homem. Fica clara a representação da mulher como ator passivo e na perspectiva clássica da mulher como objeto. (BUITONI, 2009).

Nos anos 1980, ocorrem várias mudanças sociais e políticas como a criação de delegacias da mulher, conselho estadual da condição feminina e o fim da ditadura militar. Os meios de comunicação refletem essas mudanças e boa parte das reivindicações trazidas pela imprensa feminina, na década anterior, conseguem ser ouvidas nos anos 80. Agora a mídia tem a preocupação em trazer informações úteis à vida da leitora como, por exemplos, cursos profissionalizantes e trabalhos

manuals. Temas como o aborto e homossexualismo ganham espaço nas publicações.

Como nos anos 80 houve crescimento de temas relacionados ao sexo, as notícias da década seguinte trouxeram um alerta para o problema social que estava crescendo no país: a transmissão do vírus HIV em casais heterossexuais e o aumento de mulheres casadas contaminadas com o vírus. Por isso, as publicações entram em campanha pelo uso da camisinha e utilizam celebridades para falar sobre o assunto. As revistas que estavam até então preocupadas com o consumo e com o culto aos ídolos se voltam para questões sociais. (BUITONI, 2009).

A pesquisadora Buitoni afirma que ao analisarmos profundamente a representação da mulher na mídia percebe-se que pouco mudou. Somente algumas mulheres notam que os meios de comunicação se conformam em repetir e reforçar os elementos estruturais do sistema como o consumo, o culto às celebridades, a necessidade de possuir e de “ter” em lugar do “ser”. Para a estudiosa, a mídia apenas ajuda a reforçar o *status quo* da sociedade na falsa sensação de participação que dão às leitoras, por isso a imprensa feminina informa pouco, mas forma demais.

Salienta-se sempre um papel, mesmo que seja apenas nas camadas mais profundas do texto. Geralmente, trata-se do papel tradicional – esposa, mãe, dona de casa. Ou do papel moderninho: mulher liberada, mas que vive de olho no homem. Há poucas incursões fora desse universo. Dificilmente o texto toca no papel profissional fora do lar da mulher. (BUITONI, 2009, p.209).

A autora critica o fato da imprensa colaborar com a mitificação feminina, ajudar a reforçar os estereótipos e auxiliar na manutenção dos padrões estabelecidos, nos quais a mulher brasileira não aparece nas notícias. Pelo contrário, a mulher que tem lugar nas páginas dessas publicações é um modelo globalizado que procura a independência financeira, mas que está sempre preocupada com o olhar masculino. (BUITONI, 2009).

Outra pesquisa interessante sobre mulher e mídia foi realizada por Luis Felipe Miguel em 2005. O pesquisador investigou como a mulher aparecia nas notícias sobre política no Jornal Nacional. Como já era esperado quase não apareceram mulheres relacionadas ao tema. Ao identificar quais foram as personagens que mais apareceram nas notícias sobre política verificou-se que o Presidente da República –

Luiz Inácio Lula da Silva - foi aquele que ganhou mais espaço, ocupando mais de 20% do total.

A única mulher que esteve presente entre as dez principais personagens foi Marta Suplicy – que era a prefeita de São Paulo e candidata à reeleição - com menos de 4% do total. A governadora do estado do Rio de Janeiro, Rosinha Matheus, apareceu duas vezes e a secretária-executiva do ministério do Desenvolvimento Social, Ana Fonseca, esteve presente uma vez. Além dela mais 18 mulheres tiveram baixa visibilidade durante o período analisado. A quantidade pequena de nomes de mulheres que têm visibilidade na programação de política do Jornal Nacional significa que elas não apenas aparecem menos como, em média, aparecem em menos tempo do que o utilizado pelos homens. (MIGUEL, 2005)³⁵.

Ao analisar a voz dos entrevistados, Miguel chegou a conclusão que as mulheres estavam mais presentes quando suas declarações tinham caráter meramente anedótico correspondendo a quase 23% da categoria. Portanto, são estatisticamente significativas as diferenças da presença feminina. Elas sugerem que a mulher precisa formular melhor sua fala para obter espaço, enquanto que o mesmo não é necessário aos homens. O sexo masculino tem mais visibilidade e aparece como personagem em si mesmo, já as mulheres precisam mostrar razões para aparecer. O pesquisador finaliza afirmando que “se o filtro para o ingresso no campo político para as mulheres já é severo, elas depois precisam enfrentar um segundo filtro, o da visibilidade na mídia - ou, ao menos, no Jornal Nacional”. (MIGUEL, 2005, p.16).

Com a ajuda da teoria sobre tematização, do agendamento midiático e o enquadramento a pesquisa analisa como as mulheres e as políticas públicas femininas aparecem no impresso brasileiro. Levam-se em consideração as pesquisas reunidas pela socióloga Gaye Tuchman, Arlene Daniels e James Benét, assim como os estudos de Luis Felipe Miguel sobre a visibilidade das mulheres políticas no Jornal Nacional e o trabalho de Dulcília Buitoni sobre a representação da mulher na imprensa feminina brasileira. Tem-se em mente que é através dos meios de comunicação que a maioria das pessoas se mantém informada e debate sobre os

³⁵ Miguel faz relação também com as fontes consideradas populares dividindo-as pelo sexo. As fontes populares são consideradas aquelas que estão na notícia, mas não têm legitimidade para falar sobre política. Nesse ponto, as mulheres se aproximam da paridade com os homens (homens como fonte popular – 57,9% e mulher – 42,1%). Mesmo assim, ainda são minoria, porque os homens contabilizam 87% dos casos de aparição de personagens. Por isso, para o pesquisador, no Jornal Nacional, o tema política tem gênero e é o masculino. (MIGUEL, 2005).

assuntos que ali estão colocados. Além disso, a mídia pode reforçar ou manter os estereótipos e comportamentos existentes na sociedade através do conteúdo que transmite, assim como pode transmitir as mudanças sociais, culturais e políticas que ocorrem na sociedade.

Portanto, ao tematizar assuntos de relevância próprios como, por exemplo, as políticas públicas para mulheres, os meios de comunicação estão trazendo o tema para a esfera pública. O trabalho não quer apenas pesquisar quanto desse assunto ganha espaço nos meios de comunicação, mas quer analisar como é realizada a abordagem dos jornalistas e os enquadramentos que estes profissionais utilizam para falar sobre temas públicos. O diferencial da pesquisa é o fato de que estuda como as políticas femininas são tematizadas e enquadradas e não somente como é a imagem da mulher na mídia, como foi realizado pelos trabalhos citados anteriormente. Os estudos sobre a visibilidade da mulher nos meios de comunicação são relevantes para entendermos o contexto no qual estão colocadas as políticas femininas, mas além de verificarmos como os jornais apresentam as mulheres em suas páginas, também analisamos como os jornalistas falam sobre as ações governamentais em prol dos direitos femininos e a implantação dos planos nacionais de políticas para mulheres.

Levando em consideração que a mídia pode influenciar nas ações dos indivíduos durante o debate público é importante atentar para aquilo que está sendo divulgado nos meios de comunicação. Por isso, esse trabalho pretende explicar como os meios de comunicação impressos retratam a mulher e as políticas públicas para mulheres, se a mídia está ajudando a quebrar barreiras do preconceito e está divulgando as transformações ocorridas na área da política - como a criação de planos de políticas públicas para mulheres - ou se está fortalecendo os estereótipos existentes na sociedade com relação ao papel que cada sexo deve seguir na sociedade.

4 DISCUSSÃO METODOLÓGICA E ANÁLISE DE DADOS

Para a pesquisa empírica a estratégia metodológica utilizada é Análise de Conteúdo (AC). Para dar embasamento teórico ao trabalho foi realizada uma pesquisa sobre os estudos e as teorias existentes na área, que serviu para orientar e mostrar o que já se produziu sobre o assunto. Essa pesquisa percorreu a identificação da bibliografia pertinente até a apresentação do texto sistematizado de toda a pesquisa.

A análise de conteúdo mescla métodos quantitativos com métodos qualitativos de pesquisa e, por isso, é considerada uma técnica híbrida. (BAUER, 2002). Para a pesquisa em Comunicação Política a AC é muito útil, pois ao analisarmos a quantidade de aparições, ou seja, a frequência com que temas, situações, pessoas e lugares aparecem nos meios de comunicação pode-se fazer uma comparação entre o conteúdo veiculado na mídia com dados de referência³⁶. (HERSCOVITZ, 2007). Essa metodologia fornece um “exame sistemático” dos diversos assuntos, porque segue um rigoroso sistema de amostragem e de atribuição de escores, o que diminui as interpretações inadvertidas que podem ocorrer durante a pesquisa. (BABBIE, 2005)³⁷.

No plano epistemológico entram em confronto duas concepções que são o modelo instrumental e o representacional. O primeiro não se importa com o que a mensagem mostra à primeira vista, mas com o que ela veicula de acordo com seu contexto. A segunda leva em consideração principalmente os itens léxicos. Por exemplo, nessa pesquisa no primeiro caso (modelo instrumental) são observados itens que ajudam na explicação e descrição dos dados como o tamanho da notícia, o local onde a informação está colocada e quem escreveu. Já no plano representacional é feita uma análise mais aprofundada sobre a mensagem transmitida, por exemplo, verifica-se se a entrada jornalística é factual, se reforça estereótipos ou se veicula informações preconceituosas a respeito das mulheres e sobre políticas públicas femininas.

³⁶ Para essa pesquisa não são utilizados dados de referência.

³⁷ Laurence Bardin (1977) elucida que a análise de conteúdo surgiu nos Estados Unidos e começou a ser utilizada nos estudos de comunicação com a Escola de Jornalismo de Columbia principalmente com dados quantitativos. O primeiro estudioso a utilizá-la foi Harold Lasswell, em 1915, no estudo sobre as propagandas do período de guerra intitulado *Propaganda Technique in the World War*. A partir da década de 1950 e 1960 há uma expansão da aplicação da técnica para outras disciplinas e um aumento de interrogações e respostas quanto à metodologia da análise de conteúdo.

Para essa pesquisa utilizaram-se métodos quantitativos e os qualitativos. A análise quantitativa serve para demonstrar a frequência com que algumas características do conteúdo aparecem. Já a qualitativa é a presença ou não de alguma característica que é levada em consideração. (BARDIN, 1977). A pesquisa quantitativa deve ser usada quando o que se quer medir no objeto pesquisado já é conhecido. Além disso, a análise quantitativa expressa-se com mais frequência em pesquisas de enquetes e de sondagens de acontecimentos nos quais se quer obter um conhecimento mais completo quanto possível. (GALERA; CONDE, 2005).

Com relação aos métodos qualitativos, Galera e Conde (2005) explicam que estes servem quando pretende-se realçar e entender características do objeto. Pois o método qualitativo traz informações sobre os fenômenos sociais de maneira mais rica e aprofundada do que é possível obter apenas com a análise quantitativa. Um critério qualitativo é o estudo dos enquadramentos³⁸ das reportagens, por exemplo. Já a análise quantitativa refere-se ao número de matérias coletadas nos jornais e a quantidade de aparições de cada tema geral e específico.

Com a ajuda dos trabalhos sobre mulher e mídia e da análise de conteúdo a pesquisa estuda qualitativa e quantitativamente a veiculação das notícias sobre mulher e políticas públicas femininas nos meios de comunicação. Para isso são pesquisados os meses de agosto, setembro e outubro dos anos de 2005 até 2008 por compreenderem períodos eleitorais e não-eleitorais³⁹. Em 2008 foram realizadas as eleições para prefeitos e vereadores, já em 2005 e 2007 são anos não-eleitorais, e em 2006 aconteceram eleições para governadores, presidente da república, senadores e deputados federais e estaduais.

São analisadas a quantidade de entradas, quais são as matérias e como são veiculadas as notícias que falam sobre mulher e políticas públicas femininas para verificar se existem diferenças no número de aparições e na forma de tratamento dessas notícias em períodos que compreendem as eleições e períodos não-eleitorais. A fim de verificar se a mídia auxilia no fortalecimento dos estereótipos ou se, pelo contrário, ajuda a quebrar barreiras do preconceito e a divulgar notícias que mostrem as transformações dos papéis sexuais no que diz respeito às políticas públicas femininas.

³⁸ Para saber sobre o estudo dos enquadramento das reportagens ver página 48.

³⁹ Tendo como base os estudos de Galtung e Ruge (1965) serão considerados os meses de agosto a outubro por compreenderem o período eleitoral. Assim sendo, serão coletados dados a partir de primeiro de agosto até dia 31 de outubro dos anos citados.

O processo eleitoral e as políticas públicas sociais em uma democracia representativa são considerados termos indissociáveis (KINZO, 2008) e por isso, atenta-se para sua veiculação nos meios de comunicação. Entende-se que períodos eleitorais são espaços que os políticos utilizam para propor formas de administrar diferentes e novas políticas públicas. Pois, “supõe-se que os políticos participam da elaboração, aprovação e implementação de políticas públicas, cujo impacto social lhes garante apoio nas urnas”. (KINZO, 2008, p.117).

A pesquisa leva em consideração aspectos como a medição do espaço ocupado em centímetros quadrados pelas matérias sobre mulher e políticas públicas para mulheres, a utilização de ilustração ou fotografia, a localização na página, e o uso e a origem de fontes de informações, sendo que esses critérios são utilizados pelo grupo de pesquisa em “Mídia, Política e Atores Sociais” da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG). No todo são computadas mais de dez características sobre cada notícia como, por exemplo, o nome do autor da matéria, o dia, página do jornal, largura, altura, tema geral, tema específico, enquadramento, abrangência, valência da notícia, origem das fontes de informação, o número total de entrevistados e as observações gerais sobre o conteúdo (ver Anexo A). Os jornais estudados são Folha de S.Paulo e Gazeta do Povo. Para que se entenda o motivo que levou a escolha desses impressos, o item a seguir explica as principais características dos mesmos.

4.1 OS JORNAIS ANALISADOS

A Folha de S.Paulo segue, atualmente, as normas estabelecidas em seu manual de redação desenvolvido a partir da década de 1970. Este jornal foi fundado em 19 de fevereiro de 1921 pelos jornalistas Olival Costa e Pedro Cunha. Na década de 20, o impresso chamava-se ‘Folha da Noite’ e tinha como público-alvo as classes médias urbanas e a classe operária. Quatro anos mais tarde surge a ‘Folha da Manhã’ que ampliou os negócios⁴⁰.

⁴⁰ Em 1931, o jornal é vendido para Octaviano Alves de Lima, Diógenes de Lemos e Guilherme de Almeida. Os novos donos modificam a linha editorial e o nome da empresa que agora passa a ser ‘Empresa Folha da Manhã’ destinada à defesa dos interesses dos produtores rurais paulistas. Em 1960, o jornalista José Nabantino Ramos juntou a ‘Folha da Noite’, ‘Folha da Manhã’ e a ‘Folha da Tarde’ (que foi lançada em 1949) em um único jornal: a Folha de S.Paulo. A linha editorial do impresso estava identificada aos interesses das classes médias urbanas de São Paulo. (Manual de Redação: Folha de S.Paulo, 2005). Em 1962, Octavio Frios de Oliveira e Carlos Caldeira Filho

Sobre a linha editorial, seleção de fatos e compreensão de seus desdobramentos textuais, o manual de redação da Folha de S.Paulo explicita que é função do jornalismo trazer textos de alta qualidade, com capacidade selecionadora, didática e de análise. Enfatiza que é preciso ter originalidade na identificação dos temas e do objeto a ser apurado, assim como é necessário ser preciso. Segundo o manual da Folha (2005) a edição do jornal deve utilizar os recursos propiciados pelas tecnologias e pela informática para o desenvolvimento gráfico, para o uso de imagens de boa qualidade e para no auxílio à pesquisa.

Para Abramo (1991), a Folha de S.Paulo é o impresso nacional que mais preocupa-se com a projeção de imagem. O que pode ser observado em suas notícias, pois trazem alusões aos procedimentos que foram executados durante o levantamento e tratamento das notícias. O pesquisador afirma que a direção do jornal mostra forte necessidade de legitimar-se através da sua linha editorial.

Esse impresso define-se como um veículo crítico, pluralista e não partidário. Segundo seu manual, a visão de pluralismo diz respeito à compreensão das diversas facetas de um acontecimento jornalístico. Já a atitude apartidária obriga o repórter a um tratamento distanciado das correntes de interesses que atuam sobre os fatos. (Manual de Redação da Folha de S.Paulo, 2005). Para Abramo, o profissional que trabalha na Folha de S.Paulo tem a crença que o repórter não pode ter opinião sobre nada. É como se pudesse separar o profissional de jornalismo do cidadão.

O estudioso critica essa visão apartidária e pluralista que o jornal diz participar e acredita que o impresso justifica sua posição editorial através das regras mercadológicas, nas quais o leitor legitima a linha editorial do veículo ao comprá-lo todos os dias. (ABRAMO, 1991). O que não passa de uma falácia, visto que os hábitos de consumo não têm por objetivo incentivar a racionalidade crítica daquele que consome, e sim fazê-lo apenas consumir.

O manual de redação da Folha fala sobre como deve ser o tratamento das notícias nas quais as mulheres são as personagens principais. Segundo o texto, os jornalistas precisam tratar a mulher da mesma maneira como tratam os homens, isso significa informar a profissão, o cargo, a idade e tomar cuidado para o uso de expressões estereotipadas como garota, sexo frágil, gata, boneca e dona. Além de

não mencionar características físicas como, por exemplo, a loira ou mulher atraente. (Manual da Folha de S.Paulo, 2005, p.85).

Sobre a Gazeta do Povo, o jornal foi fundado em 03 de fevereiro de 1919 pelos advogados Benjamim Lins e Oscar Joseph De Plácido e Silva. Na época, Curitiba, que era sede do jornal contava com 78 mil habitantes. Segundo o diretor-presidente do jornal, Francisco Cunha Pereira Filho (2009), o impresso tinha como objetivo ser porta-voz dos paranaenses e tinha como lema a defesa do interesse público dos cidadãos do Paraná.

Em reportagem comemorativa aos noventa anos do jornal, a repórter Mariana Sanchez explica que o intuito dos empresários e donos do veículo é atender aos interesses da coletividade divulgando, analisando, comentando e retirando do fato as utilidades que dele poderiam ser úteis para a sociedade⁴¹. Gazeta do Povo é considerado o maior jornal do estado do Paraná e tem cunho regional. Faz parte da Rede Paranaense de Comunicação – Grupo RPC juntamente com o Jornal de Londrina, Portal RPC, 98 FM, Jornal de Maringá, Mundo Livre FM e RPC TV. Seu formato é *standard*, a circulação é diária e é composto por quatro cadernos diários (Gazetinha; Paraná: Política e Opinião; o segundo é Brasil, Economia e Mundo; o terceiro é Esportes; e o quarto é o Caderno G). Este jornal foi escolhido para análise devido sua relevância no Paraná e por circular em todo o estado. A partir da análise dos jornais Folha de S.Paulo e Gazeta do Povo apresentam-se os resultados da pesquisa.

4.2 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Através da coleta de dados dos meses de agosto, setembro e outubro de 2005 a 2008, nos jornais Folha de S.Paulo e Gazeta do Povo, a pesquisa analisou no total 8.405 textos, nos quais a mulher era a personagem principal ou que falavam sobre as políticas públicas femininas. Dessas 8.405 entradas, 4.909 notícias foram coletadas da Folha de S.Paulo, ou seja, 58% do total. Na Gazeta do Povo analisaram-se 3.495 entradas jornalísticas que equivalem a 42% do total. A maior publicação de notícias sobre políticas públicas femininas na Folha de S.Paulo já era

⁴¹ “O primeiro número da Gazeta do Povo circulou com seis páginas e com quase 40% do espaço ocupado por publicidades”. (OLIVEIRA FILHO, 2006, P.35). O impresso ao mesmo tempo em que se dizia apolítico e independente trazia artigos com forte cunho faccioso, o que marcou durante muito tempo toda a imprensa brasileira.

esperada, por se tratar de um jornal nacional e, dessa maneira, tende a veicular mais notícias de abrangência nacional como é o caso das políticas para mulheres.

As notícias coletadas estão classificadas entre um dos 12 temas gerais que são: Campanha Eleitoral, Política Institucional, Economia, Política Social, Infraestrutura urbana e Meio Ambiente, Violência e Segurança, Ético-Moral, Esportes, Cultura e Variedades, Tecnologia, Políticas Públicas para Mulher e Outros⁴². A tabela 1 mostra a comparação entre os temas que tiveram visibilidade nos dois jornais analisados. Tanto na Folha de S.Paulo quanto na Gazeta do Povo a mulher esteve relacionada principalmente ao tema Cultura e Variedades. Os índices foram semelhantes, visto que no primeiro e segundo jornal significou 27% da cobertura.

Isso demonstra que a mulher ainda tem maior visibilidade em temas que não geram conflito social e tendem a manter a mesma visibilidade que tinham desde o século passado, relacionadas à beleza, moda e lar, como confirmam os estudos de Buitoni (2009) e Tuchmann (1978). Buitoni chega a afirmar que não vê mulheres de verdade nas publicações estudadas, nem mesmo nas páginas femininas. Segundo a estudiosa, poucas começaram a aparecer nas décadas de 80 e 90, mas o incentivo ao consumo e o acúmulo de imagens não deixaram espaço para outras publicações. (BUITONI, 2009, p.16).

As matérias, notas, reportagens ou informações de cunho opinativo sobre Cultura e Variedades geralmente envolviam personalidades famosas da televisão, cinema, música, teatro ou mulheres que trabalham com exposições de obras de artes em museus e galerias. Dificilmente as informações trazidas nesse tema geram crítica ou conflito social, pois a característica principal dessas matérias é falar sobre a pessoa envolvida, antecipar decisões e programas e descrever personagens ou produtos como CDs, obras de arte, filmes e outros aparatos culturais.

Na Folha de S.Paulo do dia 11 de agosto de 2005 foi publicada a notícia “Top querida de Armani será atriz na Globo” que exemplifica a temática Cultura e Variedades. Nessa matéria, Daniel Castro fala sobre a modelo Letícia Birkheuer que havia assinado contrato para participar de uma das novelas da Rede Globo e é conhecida por ser a preferida do estilista Giorgio Armani. A notícia apenas fala sobre

⁴² Para mais informações sobre a divisão dos temas gerais e específicos ver Anexo A, páginas 135 e 136.

a modelo e sua decisão em ser atriz e sobre a nova novela, por isso não gera conflito.

TABELA 1 – TEMA GERAL

Jornal	Tema Geral	Total	Porcentagem
Folha de S. Paulo	Campanha Eleitoral	730	15%
	Político institucional	623	13%
	Economia	181	4%
	Política Social	226	5%
	Infraestrutura e meio ambiente	71	1%
	Violência e Segurança	418	8%
	Ético moral	282	6%
	Esportes	674	14%
	Cultura e variedades	1325	27%
	Tecnologia	4	0,08%
	Política pública para Mulher	243	5%
	Outros	133	3%
	Total	4909	100%
Gazeta do Povo	Campanha Eleitoral	447	13%
	Político institucional	488	14%
	Economia	67	2%
	Política Social	218	6%
	Infraestrutura e meio ambiente	66	2%
	Violência e Segurança	403	11,5%
	Ético moral	170	5%
	Esportes	453	13%
	Cultura e variedades	962	27%
	Tecnologia	5	0,1%
	Política pública para Mulher	151	4,3%
	Outros	65	2%
	Total	3495	100%

Fonte: a autora, 2011.

Na Gazeta do Povo as informações sobre Cultura e Variedades seguem o mesmo padrão da Folha de S. Paulo. A matéria “Vilã com pinta de mocinha”, publicada em 25 de outubro de 2008, serve como exemplo, pois nela o repórter Cristiano Luiz Freitas fala sobre a atriz Ashley Tisdale que fazia sucesso no musical infanto-juvenil High School Musical 3. A notícia faz referência ao filme e à vida pessoal da atriz e cantora. A diferença entre as duas matérias é que, no jornal paranaense, o repórter entrevistou a atriz e utilizou passagens em ordem direta, o que não foi feito no jornal paulistano, porém a essência de ambos é a mesma: falar sobre celebridades e cultura que são considerados, no geral, um tema leve.

Seguindo com a análise dos demais temas percebemos que os resultados também mostram que os jornais estão dando espaço para a presença feminina em assuntos majoritariamente masculinos como, por exemplo, política institucional e campanha eleitoral. Essa mudança é importante, porque como explicou Moloch (1978), durante seus estudos na década de 70 e 80, a mídia norte-americana fazia uma nuvem de fumaça na cobertura da política quando havia a presença da mulher, então era como se não existissem mulheres vinculadas a esses temas.

A diferença é que, no Brasil, até poucos anos atrás não havia nenhuma lei que garantisse a participação feminina em cargos políticos. O que mudou com a adoção do sistema de cotas por sexo para a composição da direção dos partidos que exige no mínimo 30% de pessoas de um mesmo sexo desde 1997. Outro ponto importante a ser colocado quanto à presença da mulher na política é o fato que até 1982 não havia deputadas federais eleitas, sendo que até 1990 nenhuma senadora com mandato efetivo tinha sido eleita, somente em 1994 houve uma mulher que governasse um estado e apenas em 2010 foi eleita a primeira mulher presidente do país.

A baixa participação feminina na política refletia-se na visibilidade que os meios de comunicação davam às mulheres como mostram os estudos de Gaye Tuchman (1978) e de Dulcília Buitoni (2009). Mas como estão ocorrendo mudanças na política a fim de auxiliar a entrada e participação efetiva das mulheres na política, elas começam a aparecer mais nesses temas.

A Gazeta do Povo veiculou a notícia “Cresce participação das mulheres”⁴³ para tratar exatamente sobre o aumento da participação feminina no poder público. Segundo o jornal, de 2004 a 2008 houve um aumento de 30% na quantidade de mulheres que disputaram as eleições para prefeituras paranaenses, porém esse número ainda é pequeno se comparado com a quantidade de homens que ocupam cargos políticos. A matéria fala que, segundo dados da Justiça Eleitoral, as mulheres eleitas geralmente são médicas, professoras ou donas de casa, têm entre 29 a 61 anos e 90% têm pelo menos o ensino médio completo. A reportagem também cita a lei que determina que ao menos 30% dos inscritos devem ser de um dos sexos e conta com a ajuda analítica de cientista político e de uma antropóloga para tratar do assunto.

⁴³ Fonte: Gazeta do Povo, dia 25 de outubro de 2008, página 15.

Essa matéria demonstra a preocupação do jornal em trazer o debate sobre a inserção da mulher na política ao mesmo tempo em que analisa a conjuntura atual e deixa claro que somente a lei dos 30% não é suficiente para auxiliar a entrada efetiva da mulher nesse campo, porque há um desrespeito à lei e porque as desigualdades de gênero ainda persistem.

Na Folha de S.Paulo, o tema campanha eleitoral foi aquele que em segundo lugar mais veiculou notícias com a presença feminina, principalmente em 2008, o que pode ser percebido analisando a tabela 2. Neste ano, 394 notícias (92%) foram sobre a campanha eleitoral para as prefeituras, sendo que Marta Suplicy (PT) candidata à prefeitura de São Paulo teve grande visibilidade no jornal, pois disputou o segundo turno das eleições juntamente com Gilberto Kassab (DEM).

Outras mulheres também tiveram visibilidade no impresso nacional como, por exemplo, Gleisi Hoffmann. Esta candidata ficou em segundo lugar na corrida eleitoral para a prefeitura de Curitiba-PR, em 2006. Outras candidatas como Maria do Rosário (PT) e Manuela D'Ávila (PC do B) disputaram a prefeitura de Porto Alegre-RS; e Luizianne Lins (PT) e Patrícia Saboya (PDT) concorreram à prefeitura de Fortaleza.

A presença de um número maior de mulheres participando das disputas eleitorais explica o aumento de notícias que dão visibilidade para as candidatas. Logo, surge uma hipótese para trabalhos futuros indicando que com o passar dos anos e com o aumento de mulheres nos espaços de poder político os meios de comunicação tendem a veicular mais acontecimentos políticos com a presença feminina, porém é necessário realizar mais pesquisas para se comprovar essa hipótese.

Como em 2006 aconteceram as eleições para presidência da república, senadores, deputados estaduais e federais houve aumento na incidência do tema Campanha Eleitoral, em textos que tratavam de temas ligados à mulher, refletindo 25% da cobertura da Folha de S.Paulo nesse ano, e 30% na Gazeta do Povo (ver tabela 2). Na Folha de S.Paulo as notícias sobre a campanha eleitoral refletiram principalmente a participação da mulher na disputa pela presidência da república, pois 50% das entradas eram sobre isso.

TABELA 2 – CRUZAMENTO ENTRE TEMA GERAL, ANO E JORNAL

Jornal	Tema Geral	Ano (%)				Total
		2005	2006	2007	2008	
FOLHA DE S.PAULO	Campanha eleitoral	11 (1%)	273 (25%)	19 (2%)	427 (26%)	730 (15%)
	Política Institucional	164 (14%)	78 (7%)	196 (19%)	185 (11%)	623 (13%)
	Economia	35 (3%)	56 (5%)	48 (5%)	43 (3%)	181 (4%)
	Política social	73 (6%)	50 (5%)	47 (5%)	56 (3%)	226 (5%)
	Infraestrutura e Meio ambiente	11 (1%)	4 (0,4%)	29 (3%)	27 (2%)	71 (1%)
	Violência e segurança	117 (10%)	118 (11%)	70 (7%)	113 (7%)	418 (8%)
	Ético-moral	157 (13%)	22 (2%)	74 (7%)	29 (2%)	282 (6%)
	Esportes	130 (11%)	133 (12%)	137 (13%)	273 (16%)	673 (14%)
	Cultura e variedades	395 (34%)	269 (25%)	289 (28%)	372 (22%)	1325 (27%)
	Tecnologia	3 (0,2%)	1 (0,1%)	0	0	4 (0,08%)
	Política pública para mulher	51 (4%)	25 (2%)	78 (8%)	89 (5%)	243 (5%)
	Outros	26 (2%)	44 (4%)	30 (3%)	33 (2%)	133 (3%)
	Total	1173 (100%)	1073 (100%)	1017 (100%)	1647 (100%)	4909 (100%)
	P = 917,105 (0,000)					
GAZETA DO POVO	Campanha eleitoral	2 (0,2%)	179 (30%)	26 (3%)	240 (18%)	447 (13%)
	Política Institucional	81 (9%)	106 (18%)	167 (22%)	134 (10%)	488 (14%)
	Economia	15 (2%)	9 (1%)	21 (3%)	22 (2%)	67 (2%)
	Política social	48 (6%)	30 (5%)	40 (5%)	100 (8%)	218 (6%)
	Infraestrutura e Meio ambiente	6 (0,7%)	8 (1%)	33 (4%)	19 (1%)	66 (2%)
	Violência e segurança	95 (11%)	58 (10%)	108 (14%)	142 (11%)	403 (11,5%)
	Ético-moral	39 (4%)	14 (2%)	70 (9%)	47 (4%)	170 (5%)
	Esportes	56 (7%)	63 (11%)	101 (13%)	233 (18%)	453 (13%)
	Cultura e variedades	431 (51%)	105 (18%)	159 (21%)	267 (21%)	962 (27%)
	Tecnologia	1 (0,1%)	0	1 (0,1%)	3 (0,2%)	5 (0,1%)
	Política pública para mulher	33 (4%)	17 (3%)	33 (4%)	68 (5%)	151 (4,3)
	Outros	41 (5%)	5 (1%)	0	19 (1%)	65 (2%)
	Total	848 (100%)	594 (100%)	759 (100%)	1294 (100%)	3495 (100%)
	P = 830,817 (0,000)					

Fonte: a autora, 2011.

A mulher destacou-se porque a candidata Heloísa Helena gerou notícias principalmente ao criticar outros adversários e falar de temas polêmicos. A matéria “Heloísa diz que PT faz molecagem” publicada no jornal paranaense serve de exemplo. A candidata acusava o presidente da república, Luiz Inácio Lula da Silva, e seu partido (PT) de esconderem informações sobre a origem do dinheiro pago para a realização de um dossiê contra o adversário tucano, Geraldo Alckmin (PSDB). Como a candidata fez acusações graves ao adversário petista ganhou mais espaço na cobertura da campanha eleitoral. Um exemplo disso é a frase de efeito usada por

ela para descrever a situação: “A afirmação de Lula de que não sabia de nada apenas reflete a sua velha molecagem cínica e eleitoreira, como ele já fez diante de outros casos, tanto ou mais escandalosos do que esse”, disse Heloísa Helena do (PSol) em entrevista.

Na Folha de S.Paulo, outros 30% das entradas referiam-se à disputa ao governo do estado. Roseana Sarney (PFL) concorreu ao governo do Maranhão, Denise Frossard (PPS) do Rio de Janeiro, Yeda Crusius (PSDB) do Rio Grande do Sul, Wilma de Faria (PSB) do Rio Grande do Norte, Ana Julia Carepa (PT) o governo do Pará e Maria de Lourdes Abadia (PSDB) do Distrito Federal, sendo que grande parte das notícias referia-se as três primeiras candidatas.

No mesmo ano eleitoral, Jandira Feghali (PCdoB/RJ) que legislava em prol da descriminalização do aborto; Gleisi Hoffmann (PT/PR); e Maria Cristina do Rosário Almeida (PSB/AP) disputaram a eleição para o senado e tiveram visibilidade alta no jornal. Sendo que Maria Cristina ganhou notoriedade na Folha de S.Paulo por disputar o senado contra José Sarney (PMDB) e ameaçar a eleição dele ao senado do Amapá⁴⁴. Um exemplo disso é a matéria do dia 26 de setembro de 2006, intitulada “Ex-policial ameaça reeleição de senador”. A matéria é seguida pela entrevista da candidata sobre as eleições.

A reportagem com fotografia trazia a informação que Cristina Almeida começou a disputa com apenas 8% das intenções de voto, sendo que mais tarde subiu para 40% das intenções para o senado. Diferentemente do que prevê o manual de redação da Folha de S.Paulo sobre como escrever notícias envolvendo mulher, a matéria começa tipificando a candidata como mulher, negra, ex-policia militar que concorria ao cargo pela primeira vez. A notícia não fala muito sobre a candidata em si, visto que dos quatro parágrafos, um explica quem é José Sarney e fala sobre Roseana Sarney, filha do candidato de oposição de Almeida, no outro parágrafo traz informações sobre o Estado do Amapá e no outro, dados sobre avanço de Almeida na corrida eleitoral.

Para complementar essa reportagem, o jornal traz uma entrevista com Cristina Almeida, na qual pergunta quem é ela, porque se candidatou ao cargo e fala sobre política em geral. Ao contrário do que fez na reportagem sobre a ameaça à candidatura de Sarney, na entrevista Cristina explica que é formada em

⁴⁴ O Estado do Amapá tinha apenas uma vaga para o cargo.

Administração e servidora pública na administração da Assembleia Legislativa - o que deixa clara a diferença no enquadramento da notícia. Enquanto a primeira fortalece o fato dela ser mulher e negra e menospreza sua formação educacional, a segunda notícia já mostra a candidata como alguém qualificada para o cargo.

No jornal paranaense - Gazeta do Povo - o segundo tema em que a mulher mais apareceu foi Política Institucional representando 14% da cobertura geral, ou seja, 488 notícias. Diferente da Folha de S.Paulo, a Gazeta do Povo deu mais atenção às mulheres que estavam envolvidas com a política internacional, visto que das 488 entradas sobre o tema, 203 falavam restritamente sobre a política de outros países, ou seja, 41% das matérias. As mulheres que mais apareceram na Gazeta do Povo foram, por exemplo, Cristina Fernandez Kirchner e Elisa Carrió (Argentina), Ângela Merkel (Alemanha), Michelle Bachelet (Chile), Condoleezza Rice, Sarah Palin e Hillary Clinton (Estados Unidos), e Benazir Bhutto (Paquistão).

Dentre os quatro anos de análise, 2007 destacou-se por ser aquele que mais publicou matérias sobre as políticas internacionais (ver tabela 2), pois das 203 entradas sobre isso, aproximadamente 40% concentraram-se nesse período (75 notícias). Em 2007, houve a eleição para presidência da Argentina, na qual Cristina e Elisa disputaram o cargo, sendo que Cristina elegeu-se e tornou-se a primeira mulher a governar o país.

O jornal paranaense enviou um correspondente internacional até a Argentina que produziu diversas notícias sobre esse evento. Um exemplo de reportagem produzida sobre o tema foi veiculado no dia 30 de outubro de 2007, intitulada “Primeira-dama supera o marido”. A reportagem abordou o percentual atingido por Cristina na eleição e mostrou que a diferença entre ela e a segunda colocada, Elisa Carrió, foi de quase 22 pontos, diferença maior do que a esperada. Também explica que o eleitorado de Cristina são as regiões pobres e as cidades pequenas. Dá como exemplo a quantidade de votos que ela obteve em Buenos Aires – capital do país – e conhecida por ser anti-peronismo, onde Cristina obteve apenas 23,64% dos votos. No final da matéria, ressalta-se o fato de que a cada 10 votos, sete foram para mulheres. Essa reportagem complementa outra maior, cujo título é “Segurar a inflação é um dos desafios de Cristina Kirchner”, publicada no mesmo dia.

Outro fato marcante da política internacional, em 2007, foi o retorno da ex-premiê e líder opositora do Paquistão, Benazir Bhutto. Não só a Gazeta do Povo, mas também a Folha de S.Paulo deram visibilidade à Benazir, porque a política

estava exilada de seu país havia oito anos. Além de que sua presença gerava constantes conflitos, pois ela liderava uma série de manifestações contra o governo e tinha o apoio norte-americano para isso. Depois de sobreviver a diversos atentados de grupos opositores, em 27 de dezembro de 2007, Benazir morreu baleada enquanto falava a uma multidão de seguidores.

Devemos lembrar que não foi apenas a presença histórica e fatos marcantes envolvendo políticas internacionais que fizeram a temática política institucional ser o segundo tema mais publicado na Gazeta do Povo. O jornal também destacou a presença feminina em acontecimentos sobre o governo paranaense, pois em 66 notícias falou sobre o assunto (13%). A presidente do Partido dos Trabalhadores do Paraná, Gleisi Hoffmann, deu entrevista sobre os possíveis candidatos petistas nas eleições 2010 e suas atividades em conjunto com Flávio Arns.

Gleisi obteve destaque no jornalismo paranaense durante a campanha de 2006, pois concorreu ao senado e, em 2008, à prefeitura de Curitiba/PR. Ela foi a segunda melhor colocada à vaga de prefeita da capital do estado do Paraná. Além das políticas internacionais e paranaenses, outras mulheres tiveram espaço na política institucional, visto que esse tema aborda notícias sobre a câmara e senado, partidos e instituições políticas, poder judiciário, governador, governo municipal, governo federal, assembleia legislativa e justiça eleitoral.

Como foi possível perceber através do índice de significância de Pearson (P) há uma diferença significativa entre os temas que aparecem nos jornais Gazeta do Povo e na Folha de S.Paulo dependendo do ano, sendo que no último impresso essa diferença é mais forte, visto que o P é maior (ver tabela 2). Isso significa que os percentuais dos temas mudam conforme o passar do tempo.

No geral, as mulheres continuam sendo associadas com mais frequência em matérias sobre Cultura e Variedades, porém temas políticos têm dado mais espaço para a presença feminina como, por exemplo, as campanhas eleitorais e a política institucional (ver tabela 1). Como a preocupação central dessa pesquisa é com a tematização das políticas públicas para as mulheres, partiremos para a discussão de dados sobre esse assunto. As políticas públicas femininas foram classificadas de acordo com aquelas apresentadas nos dois planos nacionais de políticas para mulheres, publicados em 2004 e 2008, e descritos no capítulo 1 deste trabalho.

As notícias sobre políticas públicas femininas não são publicadas com frequência pelos jornalistas, visto que nem se quer estão entre os cinco principais

assuntos dos impressos nacional e regional. Somente 5% de toda a cobertura jornalística analisada nos dois jornais referiram-se às políticas para mulheres, sendo que a Folha de S.Paulo veiculou 243 notícias sobre o assunto e a Gazeta do Povo 151 matérias.

TABELA 3 – TEMÁTICA POLÍTICAS PARA MULHER DIVIDIDA ANUALMENTE

Jornal	Tema específico	Ano				Total
		2005	2006	2007	2008	
Folha de S. Paulo	Saúde da mulher	26 (51%)	16 (64%)	48 (61%)	36 (41%)	126 (52%)
	Autonomia no trabalho	13 (25%)	1 (4%)	11 (14%)	38 (43%)	63 (26%)
	Violência contra mulher	6 (12%)	8 (32%)	10 (13%)	10 (11%)	34 (14%)
	Racismo	0	0	7 (9%)	1 (1%)	8 (3%)
	Participação no Poder	1 (2%)	0	2 (2%)	3 (3%)	6 (2%)
	Educação inclusiva	4 (8%)	0	0	0	4 (2%)
	Desenvolvimento sustentável	1 (2%)	0	0	0	1 (0,5%)
	Total	51 (100%)	25 (100%)	78 (100%)	88 (100%)	243 (100%)
P = 33,274 (0,000)						
Gazeta do Povo	Saúde da mulher	11 (33%)	5 (29%)	22 (67%)	31 (45%)	69 (46%)
	Autonomia no trabalho	10 (30%)	4 (23%)	9 (27%)	20 (29%)	43 (28%)
	Violência contra mulher	5 (15%)	5 (29%)	1 (3%)	8 (12%)	19 (12%)
	Participação no Poder	5 (15%)	2 (12%)	0	4 (6%)	11 (7%)
	Racismo	1 (3%)	1 (6%)	1 (3%)	2 (3%)	5 (3%)
	Direito a terra	1 (3%)	0	0	3 (4%)	4 (3%)
	Cultura e meios de Comunicação	1 (3%)	0	0	0	1 (1%)
	Total	33 (100%)	17 (100%)	33 (100%)	68 (100%)	151 (100%)
P = 6,170 (0,104)						

Fonte: a autora, 2011.

Uma hipótese para a baixa tematização de políticas femininas – que é um assunto que interfere na vida e no cotidiano da maioria da população - pode ser porque poucas pessoas têm conhecimento sobre os planos nacionais de políticas de gênero, visto que eles existem há apenas seis anos. Além disso, as próprias ações governamentais pensadas segundo o sexo podem ser consideradas novas, pois foi somente a partir de 1985 que elas tiveram início. Percebe-se que apenas uma em cada 20 matérias publicadas sobre mulher fala de políticas públicas femininas. Isso mesmo depois de implantados dois programas de governo.

Através do índice de significância de Pearson percebe-se que a cobertura de políticas públicas femininas na Folha de S.Paulo aumenta de maneira estatisticamente significativa ao longo dos anos, visto que o índice é igual a P =

33,274 (0,000). Já na Gazeta do Povo não podemos afirmar o mesmo, pois neste jornal o valor do índice não foi significativo $P = 6,170 (0,104)$.

A tabela 3, colocada mais acima, mostra quais foram as políticas femininas mais abordadas pelos jornalistas durante os anos de 2005 a 2008. Como é possível perceber, as matérias sobre autonomia feminina no mercado de trabalho e saúde da mulher referente aos direitos reprodutivos e sexuais foram aquelas mais destacadas nos jornais Folha de S.Paulo e Gazeta do Povo. Lembrando que as políticas públicas foram sub-dividas em dez temas específicos a partir dos que constam nos planos nacionais de políticas para mulheres (PNPM). Para facilitar o entendimento, a análise da tematização das políticas femininas está separada por ano da coleta.

2005 - O ano de 2005 foi o período que abordou políticas femininas mais diversificadas, visto que das dez existentes sob a perspectiva de gênero, nove estiveram presentes nesse ano. A única ação governamental que não teve visibilidade em nenhum dos jornais foi a de enfrentamento das desigualdades geracionais que atingem especialmente as mulheres jovens e idosas.

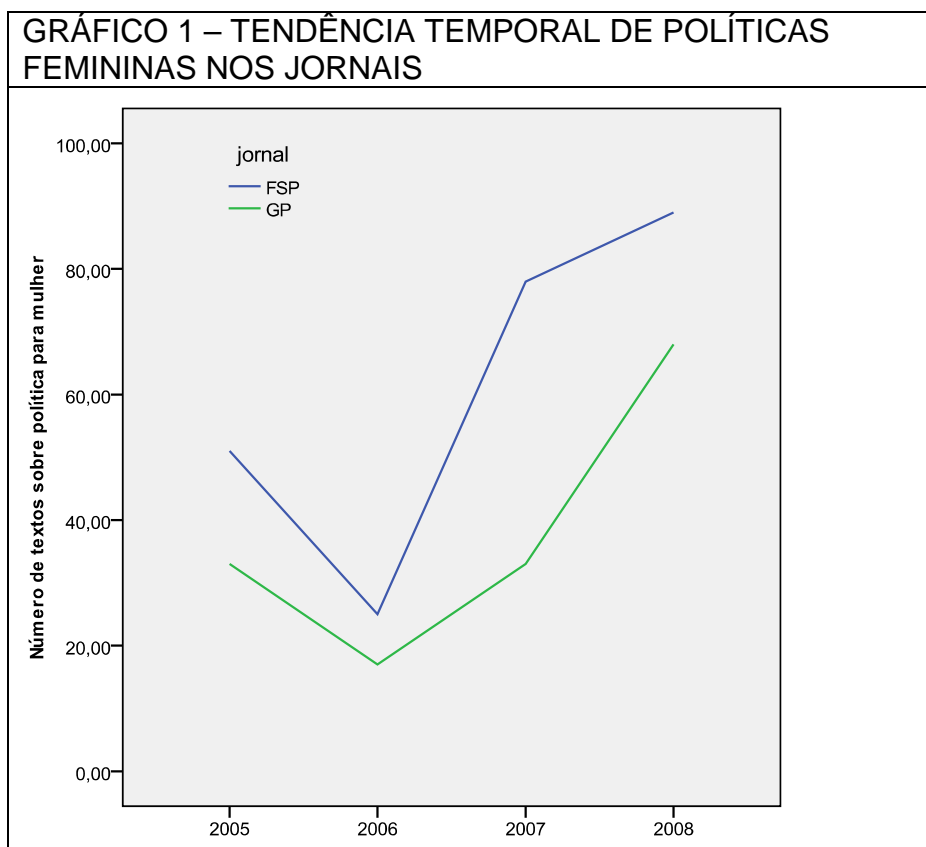
Na comparação entre os dois impressos, a Gazeta do Povo diferenciou-se por trazer informações a respeito das políticas de direito feminino à terra, infraestrutura social no campo e no meio urbano e ações para a construção da cultura e dos meios de comunicação mais igualitários e democráticos. O que não foi abordado pela Folha de S.Paulo. Com relação às atividades em prol de mídias mais igualitárias e produção da cultura mais democrática e menos discriminatória, a Gazeta do Povo abordou o acontecimento do Fórum Futuro 10 Paraná. No dia nove de agosto de 2005, pois durante o fórum estava sendo lançado um livro sobre o planejamento das cidades segundo as perspectivas femininas.

Com relação ao jornal nacional, ele trouxe políticas que também não foram trabalhadas pelo impresso regional como, por exemplo, as políticas de educação inclusiva, não-sexista, não-racista e não homofóbica e ações para o desenvolvimento sustentável com justiça, soberania e segurança. Sobre a primeira política podemos citar como exemplo a reportagem de 25 de setembro de 2005, intitulada “Pesquisas vêm educação desigual”. Segundo a reportagem, estudos mostram que há diferença salarial entre os grupos raciais, sendo que essas desigualdades provêm principalmente do acesso desigual à educação. As diferenças salariais também dependem do gênero segundo o pesquisador Sergei Soares, pois entre os homens negros e brancos a diferença provém da qualificação profissional,

já em outros casos a diferença de salários explica-se através da discriminação no mercado de trabalho.

Com a análise das políticas públicas femininas, percebemos que a hipótese do trabalho foi negada, porque os índices de agendamento das políticas para mulheres não aumentaram em anos eleitorais como os pesquisadores acreditavam que aconteceria. Na Folha de S.Paulo diminuiu o número de notícias em 2006, assim como aconteceu também na Gazeta do Povo.

O gráfico 1 mostra a tendência da publicação das políticas para mulher durante os anos analisados e como é possível perceber não houve aumento do tema na disputa eleitoral de 2006. Fica claro que durante a campanha eleitoral de 2006 para os cargos de presidente, governador, senador, deputados federais e estaduais a aparição das políticas femininas decaiu em relação aos assuntos veiculados em 2005 e 2007, sendo que esse declínio foi mais acentuado na Folha de S.Paulo. Ao analisarmos o gráfico nota-se também que 2008 foi o período que mais trouxe informações sobre as políticas femininas, pois na Folha S.Paulo foram publicadas 88 matérias e na Gazeta do Povo 68 notícias.



Fonte: a autora, 2011.

Podemos afirmar que os critérios de seleção das notícias sobre políticas públicas femininas são diferentes nos dois impressos, pois as características que fazem os produtores selecionarem aquilo que será noticiado na Folha de S.Paulo é diferente da Gazeta do Povo, seja porque este jornal segue uma rotina de produção diferenciada ou por causa da própria linha editorial que é distinta do impresso nacional (ver gráfico 1).

Ao analisarmos separadamente cada jornal com relação às políticas femininas, percebemos que no impresso paranaense a política para saúde da mulher foi aquela que predominou durante a cobertura (46% ou 69 notícias). Em 2005, as notícias sobre políticas de saúde feminina referiram-se à denúncia de desvios de verbas do projeto paranaense Leite das Crianças, onde o coordenador Osmar Brusinhani alegava que não havia irregularidades. Trataram também da aprovação do projeto da deputada Arlete Caramês (PPS) que instituiu nos Hospitais e maternidades exames gratuitos de *ultra screen* para constatação antecipada do parto de crianças com síndrome de Down. A deputada é conhecida por lutar pelas crianças e adolescentes desaparecidos no Paraná e é presidente do Movimento Nacional em Defesa da Criança Desaparecida.

Os jornalistas publicaram fatos sobre o projeto de lei que pretendia descriminalizar o aborto no país e que foi enviado pela Secretaria de Políticas Públicas para Mulheres. A Gazeta do Povo veiculou no dia três de agosto de 2005, um editorial com o seguinte título: “Aborto: um projeto polêmico”. A informação de cunho opinativo explicava que a proposta enviada ao Congresso prevê que a rede pública e os planos de saúde cobrissem despesas com médicos e procedimentos de atendimento à mulher que desejasse interromper a gravidez.

A diagramação do editorial dá destaque para a seguinte frase: “a proposta de descriminar o aborto aproxima-se da legalização do homicídio. Algo, portanto, com que as consciências mais sãs e bem formadas precisam se posicionar contrariamente”. Demonstrando a visão pessimista e contrária à política pública de liberação do aborto. Na Folha de S.Paulo o projeto sobre a descriminalização do aborto teve espaço e os leitores puderam se posicionar contra ou a favor do tema (10 entradas) e pessoas influentes também escreveram artigos assinados, sendo um de Zilda Arns e o outro de Yuri Puello Orozco.

2006 – No ano seguinte (2006) houve queda na veiculação de políticas femininas nos dois jornais, mesmo sendo o ano eleitoral. Durante esse período, o

governo federal aprovou a Lei Maria da Penha, na qual a agressão à mulher passou a ter pena mais dura. Porém, somente esse acontecimento não foi suficiente para trazer à tona o debate sobre os direitos das mulheres e os planos de políticas públicas.

Sobre a Lei Maria de Penha, o jornal paulistano divulgou um artigo assinado pela ministra da Secretaria Especial de Políticas para Mulheres, Nilcéa Freire, intitulado “Violência contra mulher: uma lei necessária”⁴⁵. Nessa entrada jornalística, Nilcéa explica que a violência doméstica demonstra os contrastes existentes na sociedade entre homens e mulheres e mostra porque é necessária uma lei para punir aqueles que cometem abusos e violência contra as mulheres. O Brasil é o 18º país da América Latina a ter uma lei para esse tipo de crime, o que demonstra a relevância do assunto não somente para o Brasil, mas para outros países do continente. No artigo, explica-se que a violência doméstica contra a mulher deixa rastros como os índices expressivos de absenteísmo ao trabalho, feminização da Aids e o baixo aproveitamento escolar de crianças que convivem com a violência. Freire também fala sobre a “naturalização” da violência com a mulher e das ações necessárias para modificar os altos índices que ainda persistem na sociedade.

A Lei Maria da Penha foi alvo de pequena atenção da Gazeta do Povo, porque o impresso falou sobre ela somente em quatro matérias durante 2006. O jornal abordou o tema sob perspectiva internacional quando informou sobre os abusos cometidos contra mulheres no Paquistão. Segundo a reportagem, naquele país estava sendo debatida uma nova legislação para tentar diminuir o índice de estupros, pois na lei em vigor a mulher que sofre abuso sexual deve apresentar à polícia quatro testemunhas, o que facilita a ocorrência de casos de violência contra mulher e faz com que esses crimes fiquem, na maioria das vezes, sem punição.

Logo, percebe-se que não basta apenas acontecer uma atitude governamental em prol dos direitos femininos - como a criação da Lei Maria da Penha - para que os jornalistas veiculem mais fatos sobre as políticas femininas. É preciso ter alguém que traga o tema para discussão nos meios de comunicação - como foi o caso da ministra Nilcéa Freire e de Zilda Arns - ou, ainda, que haja um acontecimento que encaixe-se nos critérios de noticiabilidade jornalísticos e nos valores-notícia.

⁴⁵ Fonte: Folha de S.Paulo, 06/08/2006.

A descriminalização do aborto também recebeu atenção em 2006. Para entendermos o motivo que levou os jornalistas a publicarem mais notícias sobre esse fato precisamos explicar o contexto. O Partido dos Trabalhadores, que estava no poder federal em 2006 e ainda continua, queria legalizar o aborto no Brasil. Porém, como o assunto é considerado polêmico, houve diversas manifestações contrárias como, por exemplo, da igreja católica.

Os jornalistas deixaram claro que o presidente da república, Luiz Inácio Lula da Silva, era favorável à descriminalização, mas não queria que seu nome estivesse relacionado ao tema como, por exemplo, na matéria “Lula elenca medidas para ampliar o acesso ao aborto, mas evita a palavra”⁴⁶. No plano do governo, a liberação do aborto está colocada da seguinte forma: “O Estado e legislação brasileira devem garantir o direito de decisão das mulheres sobre suas vidas e seus corpos”. A discussão sobre esse documento estava parada por causa da oposição de religiosos. A notícia traz, também, informações sobre outras ações governamentais como a geração de empregos e segurança alimentar para as mulheres e fala sobre a Lei Maria da Penha.

Uma explicação plausível para que o presidente não queira seu nome vinculado à palavra aborto é que grande parte da população brasileira posiciona-se contra a liberação do abortamento e como existe forte mobilização daqueles que não aceitam a descriminalização desse ato como as igrejas, por exemplo, o governo tenta transparecer neutro para não perder sua popularidade. Mas, como cabe lembrar, foi sob o mandato de Luiz Inácio Lula da Silva que implantaram-se os planos nacionais de políticas para mulheres, nos quais a descriminalização do aborto faz parte das metas de políticas femininas na área da saúde.

2007 - No terceiro ano de análise, 2007, houve um aumento na publicação de políticas para mulheres nos dois jornais. Na Folha de S.Paulo esse aumento foi mais notável, porque o índice triplicou em relação a 2006 (em 2007 circularam 78 notícias sobre políticas femininas e em 2006 foram apenas 25). No impresso do Paraná, o índice subiu quase o dobro do ano anterior, pois passou de 17 acontecimentos reportados para 33.

Mesmo com esse aumento no número de matérias publicadas em ambos jornais, percebemos que as políticas femininas não chegaram a ser nem 2% da

⁴⁶ Fonte: Folha de S.Paulo, dia 28 de setembro de 2006.

publicação total em 2007. Pois, na Gazeta do Povo essas publicações significaram 0,9% da cobertura analisada e na Folha de S.Paulo 1,5%. O que demonstra a baixa visibilidade de políticas para mulheres mesmo em anos que mais veicularam elas.

Assim como nos anos anteriores, em 2007, as ações governamentais em prol da saúde da mulher foram destaques nos dois impressos. De todas as informações transmitidas sobre políticas femininas, nesse período, na Folha de S.Paulo, 61% eram sobre saúde e direitos reprodutivos. Na Gazeta do Povo, as políticas para saúde da mulher representaram 67% da cobertura daquele ano.

O que diferencia os dois impressos é a quantidade de entradas sobre políticas para igualdade no mercado de trabalho, pois na FSP elas somam 14% e na GP chegam a 27% dos fatos relatados e a publicação de matérias sobre ações para o enfrentamento do racismo, sexismo e lesbofobia que na Folha foi de 9% e na mídia paranaense isso aconteceu uma única vez (3%). A nota publicada nos dois jornais, sob o título de “Roupa Suja”⁴⁷, refere-se à apresentação de uma moção de repúdio realizada pela Secretaria Estadual de Mulheres do Partido dos Trabalhadores contra o deputado estadual Vanderlei Siraque (que era pré-candidato à prefeitura de Santo André –SP). O candidato era acusado de dar entrevistas com teor preconceituoso e machista sobre sua concorrente, Ivete Garcia.

Tiveram espaço, ainda em 2007, temas como: a Marcha das Margaridas realizada em Brasília e apoiada pelo governo federal (publicada na Folha de S.Paulo), o aumento da licença-maternidade, a ação da prefeitura para o aumento da carga horária das crianças de escolas infantis para auxiliar pais que trabalham fora e não tem onde deixar seus filhos, mas predominou a discussão sobre a legalização do aborto.

2008 - O último ano da coleta de dados (2008) foi aquele que mais trouxe informações sobre as políticas femininas, visto que na Gazeta do Povo publicaram-se 68 entradas no total (45%) e na Folha de S.Paulo 88 (36%). Porém, as políticas femininas não estavam vinculadas ao período eleitoral e sim a acontecimentos factuais. Os jornais apresentaram fatos sobre políticas para saúde da mulher, ações para igualdade no mercado de trabalho, sobre violência, participação da mulher em espaços de poder e para o enfrentamento do racismo, lesbofobia e sexismo.

⁴⁷ Gazeta do Povo e Folha de S.Paulo, 22 de setembro de 2007.

A diferença é que o impresso do Paraná abordou temas que não apareceram no jornal paulista como, por exemplo, ações que ajudam na distribuição de terra e infraestrutura urbana e rural. Um exemplo de informações sobre ações para o enfrentamento do sexismo, lesbofobia e preconceito está na reportagem divulgada na Folha de São Paulo, sob o título “Mulher tenta obter guarda de filhos da companheira morta”⁴⁸. Na matéria, o jornal explica que uma dona-de-casa de Brasília entrou na justiça para provar união estável com a companheira e para obter a guarda de seus filhos. Segundo a reportagem, o pai biológico das crianças concorda em manter a guarda dos filhos com a companheira da mãe das crianças. A matéria explica que não é possível verificar quantas ações similares existem, no Brasil, porque muitas correm em segredo de justiça.

Em nenhum outro ano o impresso nacional trouxe a política feminina de direito à terra e infraestrutura no campo e na cidade, sendo que o jornal paranaense o fez em 2005 e em 2008. A matéria de 11 de setembro de 2008 fala sobre o assunto. Em “Crianças do campo não têm acesso à creche” a repórter Maria Gizele da Silva relata que os municípios do interior alegam falta de recursos e de demanda que garantem o direito das crianças menores de seis anos de frequentarem a escola. A jornalista faz uma análise da situação da educação infantil apresentada na região e explica que os pais precisam levar seus filhos juntos ao trabalho, pois não há infraestrutura adequada.

Para complementar a reportagem, a jornalista traz o relato de uma trabalhadora que leva seus filhos para o serviço, porque não tem escola para matricular as crianças. A matéria “Filhos acompanham os pais no trabalho” é o relato de Glória J. Palhano que pode levar os filhos para o trabalho e de Aline Ranthum que está desempregada, por não conseguir trabalho que permita a permanência da criança junto com ela. Através das duas reportagens, é possível perceber a importância de políticas públicas femininas que auxiliem a inserção da mulher no mercado de trabalho, e foi observando isto que no segundo plano nacional de políticas femininas o governo instituiu a criação de creches como políticas autonomia econômica e igualdade no mercado de trabalho e não relacionou-a com as metas educacionais como estava previsto no plano de 2004.

⁴⁸ Folha de S.Paulo 09 de outubro de 2008.

Ainda em 2008, o Supremo Tribunal Federal (STF) discutiu a descriminalização do aborto em casos de bebês anencéfalos, o que repercutiu na mídia durante semanas. Como aconteceu nos demais períodos, a área de saúde da mulher e direitos reprodutivos obteve destaque. Na matéria do dia três de agosto de 2008 a Folha de S.Paulo fala sobre essa discussão. Em “Debate sobre a vida volta à pauta do STF”, o jornal traz informações sobre a liberação do aborto em casos de bebês sem cérebro tanto do ponto de visto favorável quanto daqueles que são contra a liberação do aborto nesses casos. A matéria de uma página inteira conta com a ajuda de um esquema explicativo sobre o problema da criança. O caso dos bebês anencéfalos é comparado à morte cerebral, sendo que raramente os recém-nascidos sobrevivem mais de quatro horas após o parto.

Os leitores do impresso nacional participaram do debate, pois das 36 entradas sobre o tema, em 2008, sete eram de leitores que se posicionaram a respeito do fato. Na Gazeta do Povo, a repercussão foi a mesma, porém os leitores tiveram menos espaço para opinar (só quatro pessoas). A reportagem com fotografia do dia cinco de setembro de 2008, da GP, mostra a opinião do ministro da saúde sobre o tema. Em “Ministro defende interrupção de gravidez de anencéfalos” os jornalistas apresentaram o ponto de vista de José Gomes Temporão que é favorável a liberação da interrupção da gestação de acordo com a vontade da mulher, pois segundo ele, o aborto nesses casos garantiria um sofrimento menor para a gestante que sabe que o filho morrerá assim que nascer. A notícia também é complementada por outra um pouco menor que fala sobre o direito de escolha da mulher. Em “Mãe fala sobre escolha”, Michele Gomes de Almeida conta que entrou na justiça para conseguir o aborto de um bebê com anencefalia, pois se levasse a gestação até o último mês teria um trauma maior. Ela foi cumprimentada pelo ministro Temporão e participou como defesa no debate do Supremo Tribunal Federal.

Em 2008, a política de saúde feminina dividiu o espaço nas páginas dos jornais com as ações governamentais da área de autonomia econômica feminina e mercado de trabalho mais igualitário, pois na Folha de S.Paulo essa política representou 43% da cobertura, ou seja, 38 notícias e no jornal do Paraná foram publicadas 29% das matérias, que significam 20 entradas (ver tabela 3).

As informações sobre igualdade no mercado de trabalho tiveram visibilidade durante esse período, porque o Congresso Nacional aprovou o aumento da licença-maternidade para seis meses como podemos verificar na reportagem da Gazeta do

Povo, do dia 21 de agosto de 2008, “Lula vai aprovar ampliação da licença-maternidade”. Segundo a jornalista Cinthia Scheffer, o presidente da república descartava o impacto da renúncia fiscal de R\$ 800 milhões com a medida. Para alguns especialistas no assunto, a decisão poderia prejudicar as mulheres no mercado de trabalho, sendo que outros acreditam que o dinheiro que deixou de ser arrecado com a nova lei poderia ser investido em creches, saúde e educação. Como o tema gerou polêmica e participação dos leitores em ambos os jornais, obteve bastante espaço na mídia.

Assim, como aconteceu em outras reportagens, a matéria foi complementada por uma reportagem menor sob o título de “Licença e Preconceito”. Nesta matéria a advogada trabalhista, Sylvia Romano, diz que o aumento da licença-maternidade é desfavorável para as mulheres, por causa do período de crise de desemprego e informalidade que existia no país. Para ela, não se pode isolar a mulher, pois aumentaria o preconceito velado que existe na sociedade atual, além de que a mulher correria o risco de ficar desatualizada caso ficasse mais de 120 dias de licença. Isso demonstra uma posição contrária à política pública de igualdade no mercado de trabalho e inclusão social.

Com a análise dos temas específicos das políticas femininas percebemos que existe grande espaço de debate sobre a descriminalização do aborto e temas que referem-se à mulher enquanto mãe ou responsável por uma criança. Outros temas de relevância social como a Marcha das Margaridas, que é um evento das mulheres que lutam em prol da distribuição de terras igualitárias, só foi notícia porque houve um conflito social. O presidente da república foi acusado de patrocinar a marcha com dinheiro público, porque mulheres carregavam cartazes de apoio do Banco do Nordeste e da Petrobrás durante a caminhada. Nota-se que há notícia não porque houve a marcha das mulheres ou porque o tema que elas abordam é relevante, mas sim porque o presidente estaria fazendo algo proibido e, mesmo assim, só teve espaço no jornal nacional.

Podemos dizer que a cobertura das políticas femininas, tanto no jornal regional quanto no nacional, está voltada basicamente para o factual, pois são notícia quando existem *inputs* da política como aconteceu com o debate sobre a descriminalização do aborto em bebês sem cérebro e na divulgação da aprovação do aumento da licença-maternidade para seis meses.

Os jornais não publicaram as políticas femininas como forma de alertar a população sobre os direitos das mulheres, com intuito de diminuir o preconceito, de ajudar na transformação do papel social da mulher restrito ao lar, ou ainda, para elucidar a existência dos planos nacionais de políticas. Esse tema só ganha espaço nos meios de comunicação quando existe um fato jornalístico em si. A preocupação em trazer o assunto para o debate na esfera pública não parte dos jornalistas, mas primeiramente dos governantes. E somente depois de colocado em discussão pelo governo é que os veículos de comunicação dão luzes às políticas femininas. O que, em boa medida, nos faz pensar que a agenda da mídia - quando traz à tona as políticas públicas para mulher – está seguindo a agenda política.

Percebe-se ainda, que existe tematização entre os conteúdos veiculados em ambos impressos porque, na grande maioria das notícias, os temas tratados eram os mesmos e centravam-se em discussões semelhantes, mesmo sendo um jornal destinado aos paranaenses e outro para todo o país. A tematização dos veículos de comunicação pode ser explicada pelo fato que os jornais têm acesso às mesmas fontes governamentais que disponibilizam informações para eles ao mesmo tempo.

A tabela 4 mostra a abrangência das notícias nos jornais. Para facilitar o entendimento, os temas política social, economia, infraestrutura urbana e meio ambiente, violência e segurança, ético-moral e outros foram reunidos no tema chamado “Demais temas”.

A partir dos dados é possível comprovar que o jornal paranaense dá mais prioridade às notícias nacionais (39%), porém esperava-se que a Gazeta do Povo veiculasse mais matérias sobre fatos regionais, porque circula em todo estado do Paraná. Mas não foi isso que aconteceu, pois apenas 10% das entradas eram sobre a região paranaense, ou seja, 341 acontecimentos. As notícias que falavam sobre Curitiba e região metropolitana representaram 33% e os fatos internacionais 18% de toda a cobertura.

O que surpreende é que acontecimentos internacionais tiveram mais visibilidade do que os fatos regionais, algo inesperado para um jornal de abrangência regional, pois é comum que o veículo de comunicação adapte as notícias para o perfil de seu público-alvo que, no caso da Gazeta do Povo, são os paranaenses.

TABELA 4 – CRUZAMENTO DOS TEMAS DAS NOTÍCIAS COM A ABRANGÊNCIA

Jornal	Tema Geral	Abrangência				Total
		Local	Regional	Nacional	Internacional	
Folha de S.Paulo	Campanha Eleitoral	250 (34%)	3 (0,5%)	477 (65%)	0	730 (100%)
	Política Institucional	29 (5%)	5 (1%)	252 (40%)	337 (54%)	623 (100%)
	Esportes	29 (4%)	4 (1%)	348 (52%)	293 (43%)	674 (100%)
	Cultura e Variedades	511 (39%)	10 (1%)	556 (42%)	246 (18%)	1323 (100%)
	Política para Mulher	28 (11%)	2 (1%)	203 (83%)	10 (4%)	243 (100%)
	Demais temas	373 (28%)	69 (5%)	708 (54%)	166 (13%)	1316 (100%)
	Total	1220 (25%)	93 (2%)	2544 (52%)	1052 (21%)	4909 (100%)
	P = 1633,084 (0,000)					
Gazeta do Povo	Campanha Eleitoral	159 (35%)	73 (16%)	215 (48%)	0	447 (100%)
	Política Institucional	43 (9%)	81 (16%)	169 (35%)	195 (40%)	488 (100%)
	Esportes	28 (6%)	16 (3%)	279 (61%)	130 (29%)	453 (100%)
	Cultura e Variedades	529 (55%)	23 (3%)	274 (28%)	136 (14%)	962 (100%)
	Política para Mulher	49 (32%)	25 (16%)	71 (47%)	6 (5%)	151 (100%)
	Demais temas	335 (34%)	123 (12%)	361 (36%)	175 (18%)	994 (100%)
	Total	1143 (33%)	341 (10%)	1369 (39%)	642 (18%)	3495 (100%)
	P = 987,076 (0,000)					

Fonte: a autora, 2011.

Percebe-se que dependendo do tema tem-se determinada abrangência das entradas nos dois jornais, isso porque o índice de significância na Folha de S.Paulo é igual a $P = 1633,084 (0,000)$ e na Gazeta do Povo $P = 987,076 (0,000)$. Através dele podemos notar que no jornal paulista a relação das temáticas conforme o local de produção das notícias é mais forte do que no impresso paranaense. A Gazeta do Povo divide-se em abrangência local e nacional, que pode ter a ver com a postura em relação ao governo do Estado do Paraná – que é contrária a Roberto Requião (ex-governador do Estado) – o que teria impacto na produção de notícias de caráter regional.

Assim como na cobertura geral da Gazeta do Povo, a maior parte das notícias sobre políticas para mulheres foi de cunho nacional, significando 47% da cobertura. Mas temos que observar que essas políticas são pensadas para o âmbito nacional, como o próprio nome do plano já afirma: Plano Nacional de Política para Mulheres – PNPM. O que é interessante notar é o fato que em comparação com o jornal de

abrangência nacional, a Gazeta do Povo, em 32% das entradas aproximou as políticas femininas da comunidade sede do jornal – Curitiba e região metropolitana. Isso demonstra uma preocupação maior do que a Folha de S.Paulo em tentar aproximar as políticas de gênero do público local, assim como pode demonstrar um cuidado dos (as) políticos (as) locais em falar sobre as políticas específicas para mulheres.

Com relação à abrangência, a Folha de S.Paulo cumpriu com a expectativa de seu público-alvo e trouxe a maioria das notícias sobre o país, ou seja, 52%. O restante do espaço ocupado pelas notícias esteve equilibrado entre as informações de cunho local (25%) e de abrangência internacional (21%). Já os assuntos regionais não tiveram tanto agendamento (2%).

Quando a temática é política feminina existe uma diferença entre o tratamento da informação, visto que na Folha de S.Paulo mais de 80% das notícias eram nacionais e apenas 11% locais. O que demonstra uma seleção de assuntos sobre políticas para mulheres mais abrangentes e válidas em todo território nacional do que aqueles noticiados pela Gazeta do Povo. Isso deve-se, em grande medida, ao público-alvo do jornal, pois o impresso paulista é vendido em todos os estados do país, logo os jornalistas procuram agendar temas que sejam de interesse nacional e não restritos a cidade e ao estado de São Paulo.

Além de analisarmos quais as políticas femininas são mais veiculadas pelos meios de comunicação e qual a abrangência dessas notícias, cabe saber se as mulheres que trabalham na política falaram sobre as ações governamentais destinadas especificadamente às mulheres. Por isso, a tabela 5 traz essa informação juntando os dois impressos estudados.

Poucas mulheres que trabalham na política falaram sobre as questões femininas nos dois jornais. Somados os veículos e o número de vezes que elas apareceram o equivalente é menor que 50. Quem fala sobre políticas femininas é basicamente o homem ou mulheres que não são candidatas a nenhum cargo político. Essa constatação aumenta em períodos eleitorais, pois em anos com eleição - mesmo tendo candidatas às prefeituras, governos de estado, presidência da república, senado federal e outros cargos - elas falam pouco sobre políticas públicas para mulheres e o índice da presença delas diminui.

TABELA 5 – MULHER POLÍTICA E POLÍTICAS PÚBLICAS FEMININAS

Ano	Política Pública para Mulher	Mulher Política		Total
		Não	Sim	
2005	Autonomia trabalho	22 (96%)	1 (4%)	23 (100%)
	Educação inclusiva	3 (75%)	1 (25%)	4 (100%)
	Saúde	34 (92%)	3 (8%)	37 (100%)
	Violência	10 (91%)	1 (9%)	11 (100%)
	Participação Poder	4 (67%)	2 (33%)	6 (100%)
	P = 1345 (0,161)			
2006	Saúde	18 (86%)	3 (14%)	21 (100%)
	Participação no poder	1 (50%)	1 (50%)	2 (100%)
	P = 13862 (0,000)			
2007	Autonomia trabalho	10 (50%)	10 (50%)	20 (100%)
	Saúde	68 (97%)	2 (3%)	70 (100%)
	Violência	9 (82%)	2 (8%)	11 (100%)
	Participação no Poder	0	2 (100%)	2 (100%)
	Racismo	6 (75%)	2 (25%)	8 (100%)
	P = 7535 (0,003)			
2008	Autonomia trabalho	53 (91%)	5 (9%)	58 (100%)
	Saúde	64 (95%)	3 (5%)	67 (100%)
	Violência	17 (95%)	1 (5%)	18 (100%)
	Participação no Poder	2 (28%)	5 (72%)	7 (100%)
	P = 48435 (0,000)			
	Total	322 (88%)	45 (12%)	365 (100%)

Fonte: a autora, 2011.

O ano em que mais candidatas ou eleitas falaram sobre políticas públicas femininas foi em 2007. Uma explicação plausível é o fato que nesse período o Projeto de Lei nº 281/2005, de autoria da senadora Patrícia Saboya PDT/CE, foi aprovado na câmara dos deputados e em seguida pelo senado. O projeto “Empresa Cidadã” referia-se ao aumento da licença-maternidade para seis meses, sendo que um ano mais tarde foi aceito pelo congresso nacional.

A matéria de 20 de outubro de 2007, publicada na Gazeta do Povo, sob o título de “Licença de seis meses já vale em 58 municípios do país, quatro no Paraná” é um exemplo disso. A reportagem de Caroline Olinda fala sobre os municípios de Londrina, Arapoti, Sarandi e Piên que já tinham aderido à lei mesmo antes de sua aprovação e sobre o aumento do período de afastamento paterno que atualmente é de cinco dias e que passaria para 15.

A participação das mulheres políticas foi significativa com relação ao tema políticas públicas femininas em 2007, pois o índice de significância foi igual a $P = 7535 (0,003)$. Isso significa que existe uma relação entre a temática políticas públicas e a presença das mulheres políticas, o que não aconteceu nos demais

anos. Esse fato pode ser explicado por causa da presença de Patrícia Saboya nos debates e entrevistas sobre a política pública trabalhista para mulheres em 2007.

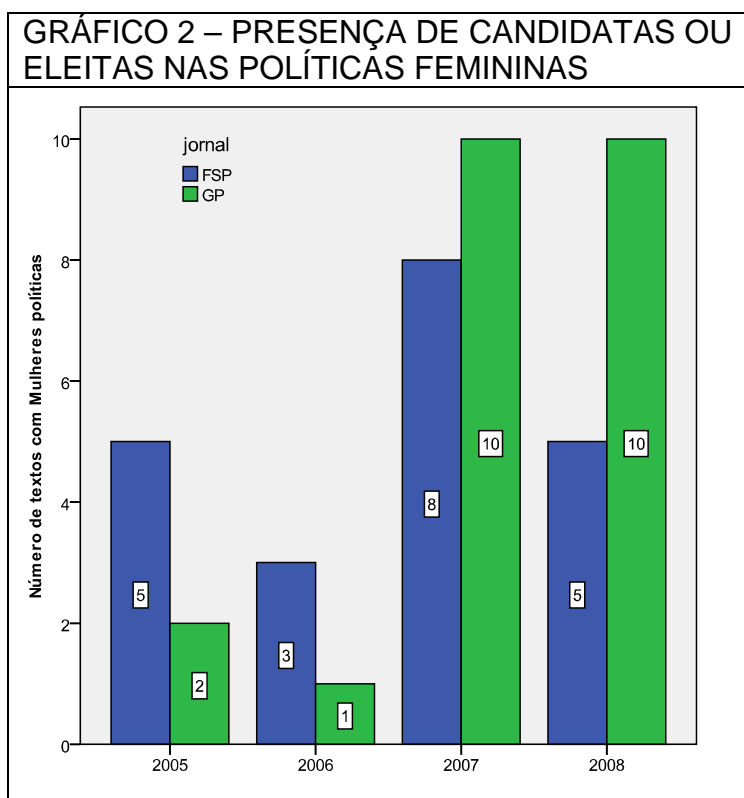
Quase 90% das políticas públicas femininas não contaram com a presença de mulheres que trabalham na política, pois as vereadoras, prefeitas, senadoras ou outras só estiveram presentes em 12% das matérias⁴⁹. O que é uma desvantagem para o debate de políticas femininas, pois essas mulheres poderiam contribuir para melhorias nas ações governamentais, como fez Patrícia Saboya, por exemplo.

A diminuição da presença feminina no debate de políticas durante o período eleitoral de 2008 deve-se ao fato das candidatas estarem mais vinculadas aos assuntos de campanha eleitoral como, por exemplo, participando da organização de eventos, coligação partidária, agenda do candidato e na apresentação das propostas de políticas públicas em geral e, por isso, se distanciaram das políticas femininas. Para verificarmos essa hipótese, analisamos em quais temas as candidatas ou eleitas mais apareceram.

A partir dessa análise, observamos que mesmo que as eleitas tivessem relação com a produção das políticas, dificilmente seus nomes estiveram vinculados ao assunto. A hipótese é que pouquíssimas candidatas falam sobre as necessidades femininas, pois em 2005 elas marcaram presença em 9% das matérias; em 2006 estiveram vinculadas a 17% das notícias; em 2007 o fator presença registrou 16% positivamente; e em 2008 baixou para 9%.

No gráfico 2, a participação das candidatas ou aquelas que ocupam cargos efetivos no poder durante o debate de políticas para mulheres fica clara, pois nota-se nitidamente a baixa participação delas. Ao analisarmos por jornal, percebemos que há oscilação da presença feminina no debate sobre políticas para mulher, porque nos anos de 2005 e 2006 a Folha de S.Paulo publicou mais entradas com a presença das mulheres políticas. Já em 2007 e 2008 foi a Gazeta do Povo que veiculou mais informações sobre políticas públicas citando as mulheres que trabalham na política.

⁴⁹ O fator presença da mulher que trabalha na política foi selecionado de acordo com a matéria. Caso a candidata ou eleita fosse entrevistada pelos repórteres ou se seu nome estivesse citado na notícia, então era classificado como presença.

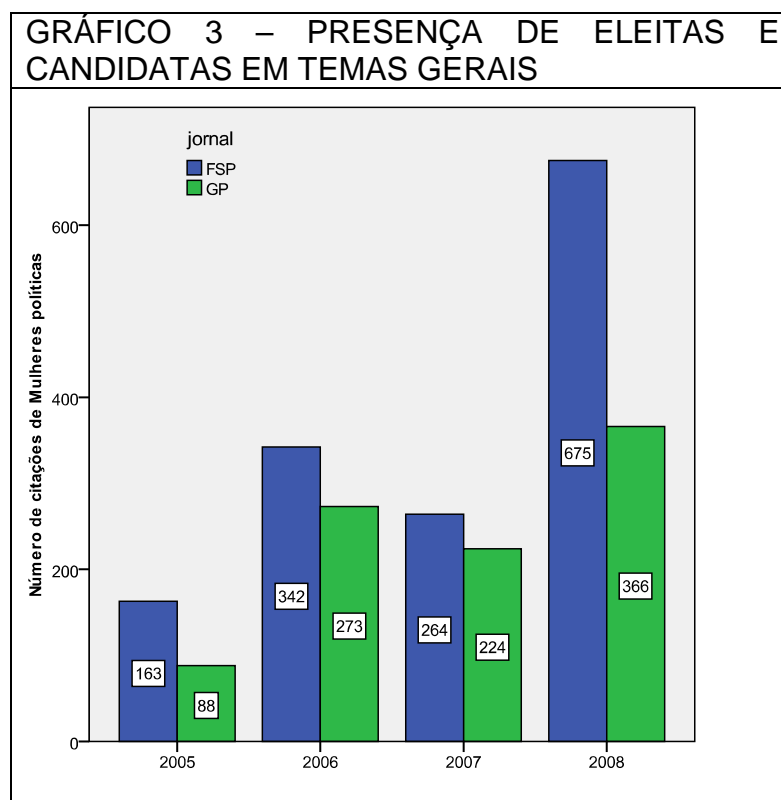


Fonte: a autora, 2011.

Durante os quatro anos de análise percebemos que o número máximo de mulheres políticas em notícias ou reportagens sobre políticas públicas femininas foi de dez entradas. Esse índice reforça a hipótese de que não são as mulheres que trabalham na política que falam sobre as políticas femininas, mas outras fontes oficiais e da sociedade civil. As entradas noticiosas que as mulheres políticas estavam presentes no jornal Gazeta do Povo foram basicamente sobre o aumento da licença-maternidade, direitos trabalhistas; os direitos reprodutivos e sexuais femininos e sobre a mulher na disputa pelo poder político.

O baixo índice de mulheres que trabalham na política, no debate sobre políticas femininas, demonstra que mesmo com o aumento da presença feminina em temas majoritariamente masculinos como, por exemplo, a campanha eleitoral e a política institucional elas, ainda, pouco discutem a implantação dos planos nacionais de políticas para mulheres e pouco propõem a implementação das metas colocadas pelo governo federal nessa área. Em boa parte, essa baixa visibilidade feminina nas matérias sobre políticas femininas deve-se ao fato da cobertura jornalística ser factual, portanto traz o tema à tona quando há um acontecimento noticioso.

Não podemos relacionar a pequena participação das mulheres políticas com a baixa visibilidade do tema política em geral, porque como vimos anteriormente (tabela 1) a visibilidade feminina aumentou nos temas campanha eleitoral e política institucional. Portanto, as mulheres políticas estavam presentes nesses temas, mas não falaram sobre as políticas públicas de interesse feminino, o que pode ser percebido com a análise do gráfico três.



Fonte: a autora, 2010.

As mulheres que participaram da política tiveram maior visibilidade nos anos eleitorais nos dois jornais. A tendência em ambos os impressos foi um crescimento no número de entradas com a participação feminina de 2005 a 2006, sendo que houve uma pequena queda em 2007 e no ano seguinte se elevou, principalmente no jornal paulista.

É interessante notar que entre 2005 e 2008 houve um aumento de mais de 400% no índice de aparição das mulheres políticas tanto na Gazeta do Povo quanto na Folha de S.Paulo. A cobertura dos impressos foi bastante semelhante nesse ponto, o que é surpreendente visto que são destinados a públicos distintos e seguem linhas editoriais diferentes.

A porcentagem da presença em 2005 foi de 11% no jornal paulista e 9% no jornal paranaense; em 2006 de 24% na Folha de S.Paulo e de 29% na Gazeta do Povo; em 2007 de 18% no impresso de São Paulo e de 23% no impresso do Paraná e em 2008 foi o ano de maior visibilidade feminina nos dois jornais, sendo que neste representou 38% e naquele 47%.

O aumento da presença das candidatas e eleitas em anos eleitorais deve-se basicamente a corrida eleitoral de cada ano e aos assuntos relacionados à política, a fim de esclarecer essa constatação, a tabela 6 traz os temas gerais nos quais as mulheres que trabalham na política marcaram presença.

A tabela 6 mostra que, em 2005, as mulheres políticas apareceram mais em matérias sobre política institucional, ou seja, falaram ou participaram de fatos que envolviam os partidos e instituições políticas, pois o índice de presença delas nessas notícias foi de 64% (156 entradas). Entre os acontecimentos nos quais elas foram citadas ou deram entrevistas, a política internacional se destacou, porque 78 vezes elas estiveram presentes, ou seja, metade das entradas sobre política institucional foi sobre fatos de outros países.

As governantes também falaram sobre fatos relacionados à câmara e ao senado (11%), a respeito das questões do governo federal (10%), sobre o governo estadual (6%); sendo que participaram de temas referentes ao governo municipal, assembleia legislativa, justiça eleitoral e poder judiciário em 23% das entradas ao todo.

A partir do coeficiente de significância produzido pelo teste de Pearson podemos afirmar que existe forte significância entre os temas nos quais as mulheres políticas estiveram presentes conforme o ano da análise. Isso porque em anos eleitorais o índice de significância é muito mais forte, visto que em 2006 o índice de significante é igual a $P = 1,121,317 (0,000)$ e em 2008 $P = 1,897,642 (0,000)$. Significa dizer que conforme o tema estudado a presença feminina aumenta em anos eleitorais como acontece, por exemplo, no tema campanha eleitoral e diminui em outros períodos.

Em 2005, o segundo tema no qual as candidatas ou eleitas foram citadas mais vezes refere-se à corrupção e desvio de dinheiro, pois 48 vezes elas estavam atreladas a ele. Mas, ao observarmos o total de notícias que envolviam mulheres aos fatos ético-morais percebemos que em 75% deles, as mulheres que trabalham na política não eram citadas. Isso mostra que as matérias sobre acontecimentos

ético-morais citaram mulheres que não ocupavam cargos políticos, seja porque elas denunciaram algum desvio de dinheiro ou porque eram esposas ou, ainda, secretárias dos envolvidos nos escândalos.

TABELA 6 – CRUZAMENTO ENTRE TEMAS GERAIS E A PARTICIPAÇÃO DA MULHER POLÍTICA

Ano	Tema Geral	Mulher política		Total
		Não	Sim	
2005	Campanha Eleitoral	2 (15%)	11 (85%)	13 (100%)
	Política institucional	89 (36%)	156 (64%)	245 (100%)
	Ético-Moral	148 (75%)	48 (25%)	196 (100%)
	Cultura e variedades	817 (99%)	9 (1%)	826 (100%)
	Outros	637 (97%)	20 (3%)	657 (100%)
	Total	1770 (88%)	251 (12%)	2021 (100%)
	P = 848287 (0,000)			
2006	Campanha Eleitoral	43 (9%)	409 (91%)	452 (100%)
	Política institucional	52 (28%)	132 (72%)	184 (100%)
	Ético-Moral	12 (33%)	24 (67%)	36 (100%)
	Cultura e variedades	363 (97%)	11 (3%)	374 (100%)
	Outros	544 (94%)	35 (6%)	579 (100%)
	Total	1052 (63%)	615 (37%)	1667 (100%)
	P = 1121317 (0,000)			
2007	Campanha Eleitoral	2 (4%)	43 (96%)	45 (100%)
	Política institucional	78 (22%)	285 (78%)	363 (100%)
	Ético-Moral	71 (49%)	73 (51%)	144 (100%)
	Cultura e variedades	431 (96%)	17 (4%)	448 (100%)
	Outros	706(91%)	70 (9%)	776 (100%)
	Total	1288 (73%)	488 (27%)	1776 (100%)
	P = 954594 (0,000)			
2008	Campanha Eleitoral	45 (7%)	622 (93%)	667 (100%)
	Política institucional	83 (26%)	236 (74%)	319 (100%)
	Ético-Moral	46 (60%)	30 (40%)	76 (100%)
	Cultura e variedades	597 (94%)	41 (6%)	638 (100%)
	Outros	987 (91%)	97 (9%)	1084 (100%)
	Total	1900 (65%)	1041(35%)	2941 (100%)
	P = 1897642 (0,000)			

Fonte: a autora, 2011.

Em 2006, aconteceu o que esperávamos, pois foi período de eleição presidencial, para governadores dos estados, senado e para deputados estaduais e federais, logo as mulheres que trabalham na política marcaram presença 409 vezes no tema Campanha Eleitoral, ou seja, em 91% das matérias sobre esse assunto. A campanha para presidência da república foi aquela em que mais as candidatas deram entrevistas ou foram citadas, visto que representou 51% do total de notícias sobre a campanha eleitoral, ou seja, 409 entradas. Em grande parte, esse alto índice

de presença da mulher deve-se a participação de Heloísa Helena (PSol) na campanha à presidência.

Informações sobre a campanha ao governo dos estados também chamaram as mulheres políticas para participar, porque 31% das matérias contaram com elas (126 notícias). Os jornalistas também publicaram 56 matérias, infográficos, charges ou outros formatos para mostrar o desempenho das candidatas que estavam disputando as eleições de 2006, pois 14% das entradas da campanha eram sobre isso. Por último, 17 acontecimentos sobre a campanha para o senado foram veiculados nos jornais, o que representou 4% da participação feminina na campanha eleitoral de 2006. Verifica-se que nesse ano eleitoral as notícias com as políticas tratavam dos eventos de campanha como carreatas, comícios, agenda das candidatas e outros como, por exemplo, intrigas partidárias geradas em campanha.

Em 2006, as matérias sobre política institucional também chamaram as vozes das candidatas ou daquelas que ocupavam cargos efetivos, porque em 132 entradas elas estiveram presentes, ou seja, 21%. Mais de 25% das matérias eram a respeito dos governos estaduais, 29 notícias sobre política de outros países, 20 entradas falaram sobre a câmara e o senado, além das questões sobre os partidos e instituições (16).

Isso demonstra que houve um pequeno decréscimo (24 notícias a menos) na participação da mulher nas questões sobre política institucional no ano eleitoral. Porém, mesmo quando as mulheres concorreram a cargos políticos elas continuaram relacionadas aos temas de governo estadual, senado ou a câmara. Talvez o uso da visibilidade nas notícias institucionais seja diferente nos períodos sem eleições, mas elas continuam atreladas a eles.

No ano seguinte, 2007, as mulheres políticas continuaram atreladas aos assuntos institucionais como aconteceu em 2005. Isso porque das 488 notícias divulgadas com as mulheres que trabalham na política, quase 60% referiam-se aos acontecimentos político institucionais. Nesse período, a política internacional teve bastante destaque, pois representou mais da metade dos assuntos, ou seja, 55%. Isso se deve, em grande parte, a eleição de Cristina Fernandez Kirchner, na Argentina, e a chegada de Benazir Bhutto ao Paquistão.

Assim como dois anos antes, o segundo tema em que as mulheres políticas receberam mais agendamento da mídia foi ético-moral. Em 2007, elas foram agendadas 38 vezes em notícias sobre nepotismo, união homossexual e outros

temas controversos (52%) e 35 vezes em matérias sobre corrupção e desvio de dinheiro público (48%). O que demonstra a existência de uma tendência das mulheres aparecerem mais em temas de conflito político e em assuntos institucionais em momentos sem eleições.

No período eleitoral de 2008, as candidatas receberam grande visibilidade nas campanhas eleitorais. Das informações veiculadas a esse respeito, 93% contava com a presença das candidatas. As disputas para prefeituras destacaram-se nesse ano. As mulheres foram agendadas em 525 notícias sobre as eleições municipais, ou seja, 84% de toda a cobertura de campanha de 2008.

A explicação para esse fato, no Paraná, está na candidatura de Gleisi Hoffmann PT-PR. Hoffmann ficou em segundo lugar na disputa pela prefeitura de Curitiba (capital do Estado) e obteve um crescimento maior do que o esperado por sua assessoria de campanha. Com relação a São Paulo precisamos destacar a campanha de Marta Suplicy (PT). A candidata disputou o segundo turno das eleições para prefeitura da cidade junto com Gilberto Kassab (DEM) e esteve envolvida em escândalos preconceituosos sobre os temas que utilizou para denegrir a imagem de seu concorrente⁵⁰.

A política institucional continuou dando espaço às candidatas e eleitas. Assim como nos anos anteriores, as mulheres destacaram-se em assuntos de política internacional, pois das 236 notícias sobre política, 145 falaram sobre outros países, ou seja, 61%. A presença das políticas em fatos governamentais de âmbito nacional também pôde ser percebida, visto que publicaram-se 29 matérias sobre isso. As mulheres discutiram assuntos sobre os partidos e as instituições políticas em cerca de 10% das entradas. As notícias sobre uma possível candidatura de Dilma Rousseff (PT) à presidência em 2010 também começaram a ganhar mais espaço a partir de 2008. Isso porque foram veiculadas, nos dois jornais, 38 matérias sobre o assunto, que representaram 16% da cobertura.

Houve um aumento das candidatas em atividades e eventos culturais desde 2005 a 2008, o que demonstra uma preocupação delas em estar na mídia e de participar de eventos sociais. Com o índice da participação das mulheres políticas nos diversos temas mostrados na tabela cinco, podemos afirmar que existe uma

⁵⁰ Marta Suplicy utilizou o horário gratuito de propaganda eleitoral para fazer afirmações sobre a opção sexual de Gilberto Kassab, levando o eleitor a insinuar que seu concorrente era gay ou praticava atos, considerados por ela, imorais. O que foi punido pelo Tribunal Superior Eleitoral e pelos eleitores de São Paulo.

tendência das mulheres participarem de debates sobre política institucional e estarem relacionadas aos temas controversos e a corrupção em períodos sem eleições.

Já nos anos eleitorais, elas tendem fortemente a ter mais espaço em notícias sobre campanha eleitoral e continuam aparecendo nas questões referentes à política institucional, mas não apresentam políticas públicas femininas, pois esse índice tende a diminuir em anos com eleições. O que nos leva a crer que as mulheres políticas redimensionam sua imagem para os temas de campanha e, por isso, deixam de ser agendadas em temas de políticas de gênero. Existe uma tendência maior das mulheres discutirem políticas femininas durante seus mandatos, como fez a senadora Patrícia Saboya, e falar sobre campanha em anos com eleições. O que podemos comprovar observando o índice de significância de Pearson dessa relação, nos quatro anos da pesquisa.

Além de analisarmos os temas, as abrangências dos acontecimentos e a participação das candidatas, também verificamos o enfoque usado pelos jornalistas para retratar as reportagens. Foram coletadas 394 informações sobre políticas públicas femininas no geral, lembrando que elas representaram apenas 5% de todas as notícias analisadas durante os quatro anos. Destas, 180 são reportagens, ou seja, 46% das entradas⁵¹.

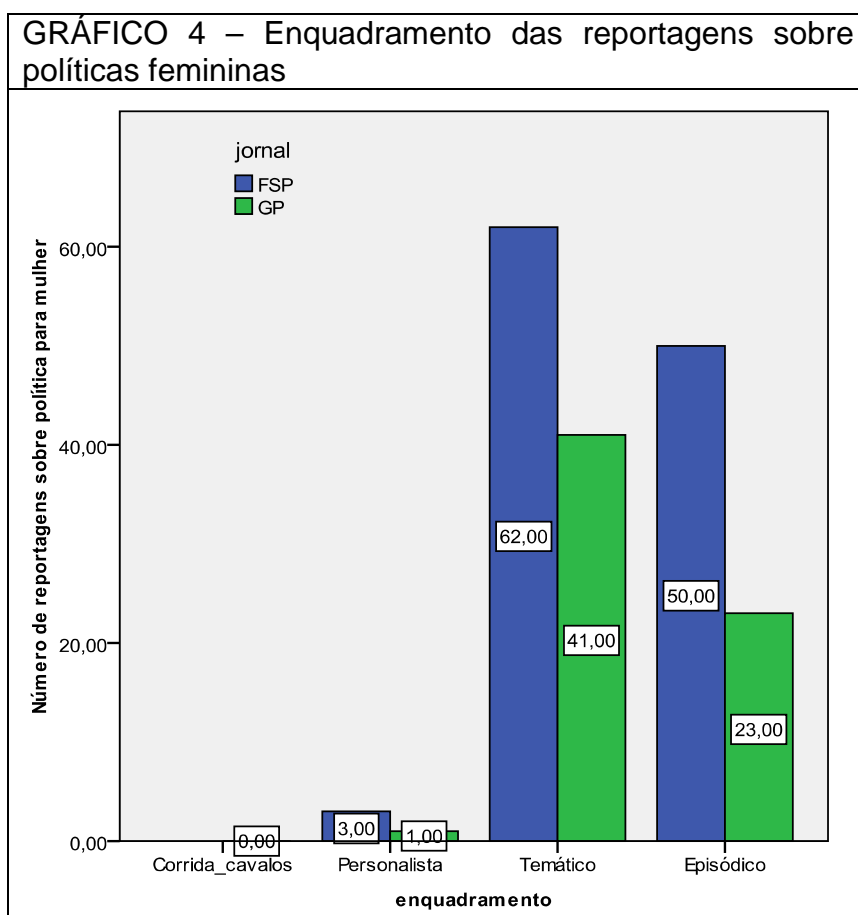
No geral, os repórteres utilizaram frequentemente o enfoque temático (57%), pois 103 reportagens foram trabalhadas com mais profundidade, mostraram vários ângulos sobre o mesmo assunto e fizeram projeções acerca dos fatos. Isso demonstra maior cuidado jornalístico para tratar das políticas femininas, porque os jornalistas preocuparam-se mais em abordar diversos campos e não se limitaram ao simples relato.

Um exemplo de reportagem analítica (ou seja, temática) é “Mulher ainda tem pouco voto” divulgada dia 08/10/2006, na Gazeta do Povo, e explica que apesar do número de candidatas que disputaram as eleições de 2006, isto é 2.498 mulheres, somente 175 foram eleitas em todo o Brasil. O jornalista faz um levantamento das deputadas federais e senadoras eleitas; traz relatos da deputada federal Manuela D’Ávila (PC do B) sobre a carreira política, assim como entrevista a

⁵¹ As reportagens foram classificadas segundo os critérios elaborados por Mauro Porto (2001).

socióloga do Centro Feminista de Estudos e Assessoria (Cfemea), Almira Rodrigues, sobre o levantamento realizado pelo instituto.

A reportagem foi classificada como temática, porque não é somente um relato dos resultados das eleições, mas sim uma análise da disputa eleitoral sob o ponto de vista da participação feminina. Sendo assim, para a produção dessa matéria o repórter pesquisou dados, fez comparativos e se posicionou a respeito do fato, o que demonstra um trabalho mais aprofundado na produção da reportagem.



Fonte: a autora, 2011.

Comparando os jornais, observamos que o impresso do Paraná recorreu ao uso mais freqüente do enquadramento temático do que a Folha de S.Paulo, porque o primeiro utilizou 63% das vezes a análise para falar sobre as políticas femininas, já o segundo veículo de comunicação o fez em 54% da cobertura. Mas, é importante ressaltar que a análise mais aprofundada foi utilizada frequentemente em ambos.

O segundo enquadramento mais recorrido pelos repórteres foi o episódico. Os profissionais da comunicação relataram os acontecimentos 41% das vezes de

maneira menos aprofundada, pois foram 73 reportagens sob esse enfoque. O que significa dizer que as informações foram retratadas restringindo-se pelo acontecimento em si e não por uma análise mais criteriosa como aquelas classificadas como temáticas.

Um exemplo de reportagem episódica foi publicada na Gazeta do Povo no dia 17/09/08. A notícia intitulada “Decisão do STF sobre anencéfalos deve ficar para 2009” foi classificada como episódica porque traz o fato, mas não faz uma análise crítica do mesmo. Segundo a reportagem, o relator do processo e ministro, Marco Aurélio Mello, afirmou que o julgamento no Supremo Tribunal Federal -sobre a possibilidade de interromper a gravidez em casos de fetos sem cérebro- havia ficado para o ano seguinte, pois não haveria tempo suficiente até novembro de 2008 para tomar uma decisão a respeito.

Vale lembrar que no período no qual foi elaborada a reportagem, já havia sido feita uma votação, na qual a maioria era favorável a liberação do aborto (16 votos a favor e 10 contra). Por ser uma reportagem, a notícia é tratada de maneira mais aprofundada, porém não relaciona diversos fatos, não traz as consequências das posições tomadas pelo STF e não questiona o fato de que mesmo tendo a maioria a favor da legalização do aborto em anencéfalos houve uma decisão favorável. Por isso, ela é considerada mais descritiva do que analítica.

O enquadramento episódico foi utilizado em 43% da cobertura do jornal paulista e 35% das reportagens sobre políticas femininas no impresso paranaense. Um exemplo de reportagem da Folha de S.Paulo com o enquadramento episódico é “Problema fez SP testar vagão para mulher”, publicada em cinco de setembro de 2005. Na reportagem, o jornalista Alencar Izidoro explica que por causa dos assédios sexuais que ocorrem constantemente dentro de trens e metrô e têm como vítimas mulheres e adolescentes, a Companhia Paulista de Trens Metropolitanos implantou a ideia de vagões preferenciais para mulheres, idosos, crianças e deficientes, mas a proposta não deu certo porque segundo a constituição federal todos têm direitos iguais, o que veta a proibição de homens nesses vagões. Portanto, essa reportagem serve de exemplo para demonstrar o que entende-se por enquadramento episódico, que é aquele que analisa a notícia mas não traz as consequências dos fatos e seus desdobramentos.

Uma possível explicação para o maior uso do enquadramento episódico pelo jornal paulista pode ser apontada a partir da quantidade de matérias veiculadas

sobre o assunto por jornal. Pois, o jornal de circulação nacional trouxe mais notícias sobre o tema do que a Gazeta do Povo e como entendemos a rotina de produção jornalística como algo dinâmico e ágil, pode-se dizer que como os repórteres da Folha de S.Paulo divulgam mais notícias por dia tendem a analisar menos as reportagens do que os jornalistas que trabalham na Gazeta do Povo, que divulgaram menos notícias sobre políticas femininas, mas a grande maioria recebeu mais atenção da produção.

Outro enquadramento usado pelos jornalistas da Gazeta do Povo e da Folha de S.Paulo foi o personalista, porém diferente dos apresentados anteriormente, este enfoque faz um perfil do entrevistado. Apenas quatro reportagens foram classificadas como personalistas, ou seja, 2% de todas as publicadas, sendo que três delas estiveram nas páginas do jornal de São Paulo e apenas uma no impresso curitibano.

Não houve nenhuma reportagem sobre políticas públicas femininas com o enquadramento corrida de cavalos, porque ele é destinado a retratar os avanços e retrocessos da campanha eleitoral. Podemos afirmar que os jornalistas quando escreveram reportagens sobre as políticas de gênero mostraram pontos de vista variados sobre o assunto e fizeram uma análise mais aprofundada através das reportagens temáticas, o que demonstra preocupação dos profissionais com relação ao tratamento dessas reportagens principalmente no que refere-se ao jornal Gazeta do Povo.

Analisando todas as entradas coletadas e não somente aquelas referentes às políticas públicas femininas, o enquadramento mais utilizado pelos repórteres na produção das notícias foi o episódico, porque das 3.734 reportagens 65,6% foram mais descritivas do que analíticas. Isso demonstra que a rotina dos jornalistas é agitada e como os profissionais precisam cobrir diversos acontecimentos todos os dias tendem a descrevê-los mais do que analisá-los.

Os jornais publicaram 959 reportagens com análise de dados e interpretação das informações, ou seja, 25,4% dos fatos. O que também é um número relevante. As reportagens personalistas não foram muito comuns e freqüentes, pois apenas 300 se encaixaram nessa classificação, sendo que representaram apenas 8% de toda a cobertura. Menos comum do que a personalista foi o enfoque corrida de cavalos, isso porque ele só foi utilizado 24 vezes, ou seja, 0,8%.

Além de observarmos o enquadramento das reportagens é importante analisarmos o formato das notícias publicadas. Para essa análise criamos uma categoria chamada formato das entradas, nas quais classificamos entre 14 formatos jornalísticos. São eles: reportagem com e sem fotografia; chamada de primeira página com e sem fotografia; manchete com e sem fotografia; charge/ infográfico/ ilustração; coluna assinada; editorial; chamada-título; nota; foto-legenda e coluna do leitor. A tabela 7 mostra quais foram os formatos jornalísticos usados pelos repórteres para falar sobre mulher e políticas femininas⁵².

A reportagem foi o formato predominante, porque representou 44% da cobertura jornalística. Em seguida, está a nota – que é um pequeno relato sobre algo – 22%, e em terceiro a coluna assinada com 14%. Só os três formatos juntos representam 80% de toda a cobertura, sendo que os outros 11 formatos jornalísticos somaram 20%.

TABELA 7 – FORMATO DAS MATÉRIAS CONFORME JORNAL

Formato	Jornal		Total
	Folha de S.Paulo	Gazeta do Povo	
Reportagem	2434 (49,5%)	1300 (37%)	3734 (44%)
Nota	835 (17%)	999 (28,5%)	1834 (22%)
Coluna Assinada	679 (14%)	480 (14%)	1159 (14%)
Foto-legenda	515 (10%)	376 (11%)	891 (11%)
Chamada de primeira página	191 (4%)	207 (6%)	398 (5%)
Coluna do leitor	90 (2%)	46 (1%)	136 (1,6%)
Charge	73 (1,5%)	26 (0,7%)	99 (1%)
Chamada-Título	49 (1%)	34 (1%)	83 (0,9%)
Artigo Assinado	22 (0,5%)	18 (0,5%)	40 (0,5%)
Manchete	16 (0,3%)	6 (0,1%)	22 (0,2%)
Editorial	6 (0,1%)	3 (0,1%)	9 (0,1%)
Total	4909 (100%)	3495 (100%)	8405 (100%)

Fonte: a autora, 2011.

A Folha de S.Paulo utilizou um pouco mais o recurso fotográfico do que a Gazeta do Povo, o que era esperado segundo a literatura (ABRAMO, 1991). O impresso paulista recorreu à fotografia para ilustrar 2.031 notícias, que representaram 41,4% da cobertura. Já o jornal do Paraná usou a foto em 1.389, ou seja, em 39,7% das informações.

Outra diferença entre os veículos é que o jornal de São Paulo publicou 16 manchetes sobre mulher e a Gazeta do Povo fez isso menos da metade das vezes,

⁵² Na tabela 7 juntamos os formatos com e sem fotografias para facilitar o entendimento do leitor. Portanto, em reportagem estão agrupadas as reportagens com e sem foto, sendo que o mesmo foi realizado para as manchetes e chamadas de primeira-página.

ou seja, usou esse espaço privilegiado de informação para seis fatos noticiosos. As manchetes com foto falavam sobre política internacional (FSP), campanha eleitoral de Marta Suplicy (FSP) e sobre violência contra mulher (GP). Já as manchetes sem fotografia na Folha de S.Paulo eram sobre campanha eleitoral para prefeitura de São Paulo (08 notícias), pedido de mais alíquotas no imposto de renda feito pela diretora da Receita Federal, Lina Vieira (1), sobre o Programa de Aceleração do Crescimento (PAC) e a promessa da ministra Dilma Rousseff de não atrasar as obras (1), sobre políticas sociais (2), sobre aprovação da política pública feminina de aumento da licença-maternidade e política pública feminina para a legalização do aborto (uma manchete de cada).

Na Gazeta do Povo, as manchetes com fotografia foram sobre as mulheres com mais estudos no Paraná que ganham mais do que os homens (1), violência contra a mulher e punição (2), e duas sobre corrupção e má gestão do dinheiro público advindas do nepotismo realizado pelo governador do Paraná, Roberto Requião e sua mulher, e da denúncia de fraude na URBS (Companhia de Urbanização de Curitiba S/A), na qual a mãe de um dos dirigentes havia recebido licença para ter táxi em Curitiba, sendo que outros cidadãos comuns estavam na fila há mais de cinco anos sem receber resposta da companhia.

A análise dos formatos jornalísticos é necessária, porque as manchetes são consideradas formatos importantes no jornalismo impresso, pois são aquelas notícias que atraem o leitor, que chamam atenção daqueles que vêm o jornal exposto nas bancas e que provavelmente repercutirão durante a semana. Por isso mesmo, não é qualquer assunto que ocupa esse espaço, pois a seleção daquilo que ganhará mais ou menos visibilidade depende dos critérios de profissionalismo e dos valores-notícias em que os fatos encaixam-se.

Poucos acontecimentos envolvendo mulher e as políticas públicas femininas foram considerados de grande relevância para os dois veículos de comunicação, pois o índice de manchetes é baixíssimo, visto que no impresso paulista representou 0,3% de todas as matérias e no jornal paranaense 0,1% da cobertura.

Com a análise da tabela 7 é possível fazer uma comparação entre o conteúdo informativo e o opinativo divulgado nos dois jornais. Houve predominância das notícias informativas. Na Folha de S.Paulo as informações sem opinião representaram 64% das publicações. Já na Gazeta do Povo esse índice foi de 79%. A partir disso, podemos afirmar que o impresso nacional abre mais espaço para a

participação opinativa, seja dos leitores como dos colunistas e chargistas quando falam sobre a mulher ou políticas femininas. Isso porque os formatos charge, coluna e artigo assinados, coluna do leitor e editorial somados representam 36% das publicações. Diferentemente do jornal regional que cedeu 20% de seu conteúdo transmitido, durante os quatro anos, para dar opinião acerca dos acontecimentos.

Logo, os profissionais da comunicação tratam as informações sobre as políticas de gênero e sobre as mulheres com mais profundidade, porque utilizam com frequência o formato reportagem. Esse formato permite que os jornalistas descrevam e analisem os acontecimentos, ajudando o leitor a formar sua opinião. Porém, as notícias sobre essa temática ainda não são consideradas de grande importância porque dificilmente tornam-se manchetes nos dois impressos. Também verificamos que os veículos de comunicação abrem espaço para a opinião seja dos leitores ou daqueles que participam de seu corpo editorial, sendo que na Folha de S.Paulo é mais provável encontrar opiniões sobre os fatos do que na Gazeta do Povo.

A pesquisa considera importante também o estudo da posição das informações nas páginas dos jornais, pois nos impressos cada local na página têm sua importância dependendo da facilidade que cria para o leitor chegar até a notícia, por exemplo, a matéria que está no canto superior direito de uma página ímpar (número três) tende a chamar mais a atenção do leitor do que aquela localizada no canto inferior esquerdo. É por isso que dificilmente o leitor encontrará uma manchete na segunda dobra da página, pois os editores sabem que a tendência maior é que o receptor olhe primeiro para a primeira dobra.

Através dos dados colocados na tabela 8 analisamos a posição dos acontecimentos na página dos dois impressos. Percebemos que 55,7% das notícias da Folha de S.Paulo ocuparam a parte superior da página e 51,5% da Gazeta do Povo. A partir desse ponto, podemos afirmar que a mulher e as políticas femininas foram consideradas relevantes para os editores visto que elas estão ocupando a dobra que chama mais atenção do leitor.

Para a classificação das informações de acordo com a posição que elas ocupavam nas páginas dos jornais, dividimos o exemplar em primeira dobra que é aquela que fica exposta nas bancas e segunda dobra que é a parte inferior da página. Depois de dobradas verticalmente, as páginas foram divididas horizontalmente, o que gerou quatro quadrantes, ou seja, quatro espaços diferentes

de visibilidade, por exemplo, o quadrante superior esquerdo é a parte da página que dobrada ao meio deixa a matéria exposta no canto superior e do lado esquerdo (ver anexo B).

TABELA 8 – POSIÇÃO DAS NOTÍCIAS NA PÁGINA DOS JORNAIS

Posição	Folha de S.Paulo	Gazeta do Povo	Total
Quadrante superior esquerdo	1310 (27%)	767 (22%)	2077 (25%)
Quadrante superior direito	1117 (23%)	770 (22%)	1887 (22%)
Quadrante inferior direito	948 (19%)	767 (22%)	1715 (20%)
Quadrante inferior esquerdo	1033 (21%)	624 (18%)	1657 (20%)
Metade Superior	308 (6%)	263 (7%)	571 (7%)
Página Inteira	109 (2%)	149 (4%)	258 (3%)
Metade da Esquerda	49 (1%)	60 (2%)	109 (1%)
Metade da Direita	24 (0,5%)	44 (1%)	68 (1%)
Metade Inferior	12 (0,3%)	51 (1%)	63 (1%)
Total	4910 (100%)	3495 (100%)	8405 (100%)

Fonte: a autora, 2011.

A Gazeta do Povo apresentou as notícias equilibradamente entre os quadrantes superior esquerdo e direito e no quadrante inferior direito, porque os três representaram 22% de toda a cobertura. Esses espaços são considerados de boa visibilidade, porque são de acesso rápido ao leitor e chamam a atenção destacando as notícias. A Folha de S.Paulo priorizou o quadrante superior esquerdo, porque quase 30% das informações foram alocadas nessa posição. Não houve tanto equilíbrio na distribuição dos fatos como aconteceu com a Gazeta do Povo, mas as posições usadas com maior frequência foram respectivamente o quadrante superior direito (23%), quadrante inferior esquerdo (21%) e o quadrante inferior direito (19%).

TABELA 9 – TAMANHO CATEGÓRICO DAS NOTÍCIAS

Tamanho Categórico	Jornal	
	Folha de S.Paulo	Gazeta do Povo
Muito pequeno	4699 (96%)	3358 (96%)
Pequeno	129 (3%)	98 (3%)
Médio	78 (2%)	38 (1%)
Grande	2 (0,04%)	0
Muito grande	1 (0,02%)	1 (0,02%)
Total	4909 (100%)	3495 (100%)

Fonte: a autora, 2011.

Quanto ao uso de matérias que ocupassem metade da página, logo, consideradas medianas, os dois impressos quase não utilizaram porque tanto no paulista quanto no paranaense esse espaço só foi ocupado por pouco mais de 5%

das matérias. O mesmo aconteceu com matérias consideradas grandes, que são aquelas que ocuparam a página inteira. Elas apareceram muito pouco, porque seus percentuais equivalem a 2% na Folha de S.Paulo e 4% na Gazeta do Povo. Através do espaço que as matérias ocuparam percebemos que as notícias eram em média pequenas em centímetros quadrados porque ocuparam 87% das vezes apenas um quadrante da página⁵³. Através da fórmula de Sturges que grande parte das notícias foi considerada muito pequena em centímetros quadrados, ou seja, 95,8%.

A distribuição dos tamanhos das notícias nas cinco categorias deixa claro que as informações sobre políticas femininas e a cobertura no geral tiveram pouco espaço no jornalismo dos dois impressos analisados. Mesmo quando os jornalistas usaram o formato “reportagem” e os editores colocaram as matérias em locais privilegiados (como na primeira dobra da página) as informações tenderam a ser muito pequenas.

Ao analisarmos as matérias que foram consideradas muito grande percebemos que o jornal paulista e o jornal paranaense são semelhantes, porque os dois apresentaram apenas uma entrada jornalística para essa classificação. A semelhança no espaço cedido continua para os acontecimentos retratados em espaços “muito pequeno”, pois em ambos jornais o índice foi de 96%. As matérias categorizadas como pequenas também obtiveram a mesma percentagem nos dois jornais, ou seja, 3% em cada impresso.

A diferença no comparativo entre os veículos de comunicação no que diz respeito ao tamanho destinado para as informações sobre mulher e políticas femininas está no fato que a Gazeta do Povo não publicou nenhuma matéria categorizada como grande e a Folha de S.Paulo o faz apenas duas vezes. O que não faz tanta diferença na forma de tratamento da notícia. Com relação aos acontecimentos medianos percebemos que os percentuais são semelhantes, pois o jornal paulista divulgou 78 notícias com esse tamanho, ou seja, 2% e o jornal paranaense publicou 38 entradas, que equivalem a 1% da cobertura.

⁵³ Através do espaço ocupado em cm² pelas notícias, foi possível fazer a distribuição de frequências através da fórmula de Sturges para verificar através de dados qual a média de tamanho das matérias e categorizá-las em cinco denominações (muito pequena, pequena, média, grande e muito grande). O primeiro passo para isso é obter o número de classes através da fórmula: $K = 1 + (3,32 \times \log N)$, onde N é o número de notícias coletadas. Nessa pesquisa, $K = 14,01$. Depois determinamos a amplitude total dos dados ($R = 3038$) e aplicamos a fórmula de Sturges $H = R/K$, que resultou $H = 217$. A partir dessa fórmula juntamos as 14 classes em cinco maiores para facilitar a explicação dos dados.

Podemos afirmar com isso, que os dois jornais destinaram os mesmos espaços para as matérias analisadas por essa pesquisa, sendo que o espaço cedido a elas é com frequência muito pequeno. Mesmo sendo veículos de comunicação destinados a públicos diferentes percebemos que a mulher e as políticas femininas ainda recebem pouco espaço nas páginas dos jornais.

Essa variável é esclarecedora, porque mesmo quando o tratamento da notícia é mais trabalhado pelos jornalistas como, por exemplo, nas reportagens temáticas, as informações ocupam a parte superior da página e os fatos são de relevância social para a nação (quando sua abrangência é nacional), mesmo isso não é suficiente para ceder mais espaço na página dos dois impressos estudados.

Esse fato nos faz pensar que não adiantou o governo federal promover políticas femininas de relevância social para que os meios de comunicação publicassem as mesmas. Pois, sabe-se que as políticas interferem no cotidiano da população; contam com a participação de diversas mulheres da sociedade civil e outras da política e por isso, envolvem diversos segmentos sociais, mas ainda não ganharam muito espaço no jornalismo diário brasileiro da Gazeta do Povo e da Folha de S.Paulo.

Estudamos também quem foram os entrevistados, ou seja, aqueles que são chamados a dar voz aos acontecimentos e falam a respeito deles. As fontes de informação são selecionadas desde a pauta – que guia o trabalho do jornalista – até a finalização das matérias. Por isso, excetuando as pessoas que são entrevistadas por serem testemunhas de ocorrências, as fontes de informação são selecionadas de acordo com as informações que podem transmitir para a população.

Um dos pressupostos básicos da produção jornalística é dar voz aos dois lados de uma mesma história. Isso porque, é preciso que exista pluralidade de ideias e um confronto de opiniões para que o leitor – depois de ter acesso a vários ângulos – possa escolher aquele que mais convém. Portanto, classificamos a origem dos entrevistados que apareceram em primeiro e em segundo lugar nas matérias.

Nota-se que 4.831 matérias não recorreram aos entrevistados, ou seja, a maioria das notícias não colocou a fala de ninguém (57%). A tabela está separada por ano para verificar se há um aumento de fontes oficiais em anos eleitorais. E como percebemos não podemos dizer que em anos com eleições foram utilizados mais entrevistados oficiosos. As fontes oficiais são aquelas que representam uma instituição pública ou privada e falam institucionalmente.

A diferença marcante entre os dois jornais está no equilíbrio dos usos das fontes de informação, visto que a Folha de S.Paulo preocupa-se em dar espaço para o cidadão comum. Durante os quatro anos estudados percebemos que a FSP manteve a média de 48% de entrevistados que não representavam nenhuma instituição e não estavam gerando conflitos sociais.

TABELA 10 – ORIGEM DA 1ª FONTE

Ano	Origem da Fonte	Jornal	
		Folha de S.Paulo	Gazeta do Povo
2005	Oficial	207 (43%)	174 (81%)
	Disruptiva	38 (8%)	14 (6%)
	Cidadão	234 (48%)	27 (12%)
	Jornalista	4 (1%)	0
	Total	483 (100%)	215 (100%)
2006	Oficial	262 (48%)	134 (77%)
	Disruptiva	22 (4%)	3 (2%)
	Cidadão	258 (48%)	36 (21%)
	Total	542 (100%)	173 (100%)
2007	Oficial	187 (38%)	234 (85%)
	Disruptiva	40 (8%)	5 (2%)
	Cidadão	260 (53%)	36 (13%)
	Jornalista	2 (1%)	0
	Total	489 (100%)	275 (100%)
2008	Oficial	401 (48%)	382 (69%)
	Disruptiva	28 (3%)	7 (1%)
	Cidadão	412 (49%)	161 (29%)
	Jornalista	0	5 (1%)
	Total	841 (100%)	555 (100%)

Fonte: a autora, 2011.

O cidadão individualizado é aquele que fala por si, não representa órgãos oficiais, mas é um indivíduo da sociedade que é chamado a dar sua opinião a respeito de algum acontecimento. Às vezes, o cidadão é a testemunha de algum acontecimento e por isso é ouvido pelos repórteres. Notamos que em 2007, o cidadão foi a fonte mais ouvida pelos jornalistas paulistas, pois representaram 53% das pessoas entrevistadas. O que é um bom sinal, pois mostra que o cidadão tem voz nesse veículo nas notícias informativas e nas mensagens opinativas como coluna do leitor, por exemplo.

A Gazeta do Povo é totalmente diferente com relação ao uso das fontes de informação, porque nesse jornal são priorizados os entrevistados oficiais. Em nenhum ano o cidadão comum teve espaço equilibrado com a fonte oficiosa, visto

que o máximo de espaço cedido ao cidadão foi de 29%, no ano de 2008. Percebemos, então, que existe maior probabilidade do impresso paulista entrevistar as pessoas comuns e fontes oficiais, já no jornal do Paraná é provável que os jornalistas recorram primeiramente aos dirigentes e aqueles que respondem pelas empresas e órgãos públicos do que a opinião dos cidadãos individualizados.

As fontes disruptivas são aquelas que representam opiniões expressas a partir de eventos ou crises sociais que geram conflito ou instabilidade social. Elas foram pouco utilizadas pelos jornalistas e mantiveram percentuais semelhantes nos dois veículos durante os quatro anos. Os jornalistas também servem de fonte de informação quando nas matérias falam sobre a experiência que presenciaram. Como essa não é uma prática muito comum no jornalismo, em geral, também não foi muito usada (0,3% do total de entrevistados).

Com relação à origem do segundo entrevistado, 7.286 matérias não entrevistaram uma segunda fonte, portanto, apenas 1.119 notícias ouviram uma segunda opinião (13,3%). Isso demonstra que muitos repórteres não deram espaço para um debate de ideias em suas notícias, porque optaram por escutar apenas um entrevistado. Uma explicação para tal fato pode ser a falta de tempo na produção da notícia, o que leva os jornalistas a entrevistarem apenas uma fonte.

TABELA 11 – ORIGEM DA 2ª FONTE

Ano	Origem da Fonte	Jornal	
		Folha de S.Paulo	Gazeta do Povo
2005	Oficial	75 (44%)	57 (73%)
	Disruptiva	6 (3%)	6 (8%)
	Cidadão	88 (52%)	15 (19%)
	Total	169 (100%)	78 (100%)
2006	Oficial	77 (50%)	31 (84%)
	Disruptiva	7 (4%)	0
	Cidadão	69 (45%)	6 (16%)
	Total	153 (100%)	37 (100%)
2007	Oficial	50 (42%)	60 (70%)
	Disruptiva	9 (7%)	5 (6%)
	Cidadão	60 (50%)	20 (23%)
	Total	119 (100%)	85 (100%)
2008	Oficial	141 (52%)	131 (62,5%)
	Disruptiva	2 (1%)	0
	Cidadão	126 (47%)	77 (37%)
	Jornalista	0	1 (0,5%)
	Total	269 (100%)	209 (100%)

Fonte: a autora, 2011.

A tendência da origem das fontes de informação manteve-se na análise da segunda voz selecionada pelos jornalistas. Na Folha de S.Paulo a diferença é que os cidadãos individualizados nos anos de 2005 e 2007 representam cerca de metade dos entrevistados, pois os percentuais ficaram 52% das matérias e 50% respectivamente. A fonte disruptiva continuou sendo pouco entrevistada, visto que em média, nos quatro anos seu percentual ficou em 3,75.

Mesmo quando a Gazeta do Povo trouxe uma segunda opinião, em geral, ela foi de outra fonte oficial, pois esse índice continuou sendo maior de 60% dos entrevistados. No impresso paranaense, pouquíssimas matérias deram espaço para a pluralidade de vozes, pois o jornal usou com mais frequência a voz das fontes oficiais tanto quando eram os primeiros entrevistados das matérias quanto quando foram os segundos. Isso marca uma diferença na abordagem dos temas entre os jornais, visto que a Folha de S.Paulo preocupa-se em dar espaço para o cidadão, já na Gazeta do Povo isso não é o usual.

Depois de percebermos que o jornal paulista tenta equilibrar os entrevistados que representam instituições públicas dando o mesmo espaço para os cidadãos comuns, e que o impresso paranaense não tem a mesma preocupação, cruzamos o uso da primeira e da segunda fonte para saber se quando os jornalistas entrevistaram uma fonte oficial eles contrapuseram sua opinião com os argumentos de fontes disruptivas, por exemplo.

A tabela 12 explicita esse equilíbrio que vimos nos espaços e mostra que a Folha de S.Paulo tende a apresentar a mesma origem de entrevistados nas matérias, pois em 35% das informações os jornalistas deram espaço para a primeira e a segunda fonte de origem oficial e em 34% de outras matérias deram voz a primeira e a segunda fonte de origem cidadão individualizado, ou seja, em quase 70% das matérias nas quais houve a presença de dois entrevistados não houve pluralidade na origem das fontes, sendo que isso nos leva a crer que houve reforço de opiniões semelhantes.

A Gazeta do Povo é diferente com relação à contraposição da primeira com a segunda fonte de informação, pois nesse veículo, grande parte, das notícias trouxe dois entrevistados que representavam as entidades governamentais e não falavam por si, mas por sua empresa (isso significou 57% da cobertura). O jornal do Paraná reforçou a mesma opinião usando, em 19% das entradas, a voz de duas pessoas da sociedade civil.

TABELA 12 – CRUZAMENTO DA 1ª E 2ª FONTE DE INFORMAÇÃO

Jornais	Fonte de Informação 1	Fonte de Informação 2			
		Oficial	Disruptiva	Cidadão	Jornalista
Folha de S.Paulo	Oficial	246 (35%)	15 (2%)	87 (12%)	0
	Disruptiva	32 (4%)	5 (1%)	12 (2%)	0
	Cidadão	65 (9%)	4 (0,5%)	243 (34%)	0
	Jornalista	0	0	0	0
	P = 1343,349 (0,000)				
Gazeta do Povo	Oficial	235 (57%)	8 (2%)	39 (9%)	0
	Disruptiva	10 (2%)	3 (1%)	1 (0,5)	0
	Cidadão	32 (8%)	0	78 (19%)	0
	Jornalista	2 (0,5%)	0	0	1 (0,5%)
	P = 2110,382 (0,000)				

Fonte: a autora, 2011.

Esse cruzamento demonstra que os jornalistas preocupam-se pouco com a pluralidade de opiniões quando reportam as informações. Porque as fontes oficiais de informação foram contrapostas às fontes disruptivas em apenas 6% de toda cobertura da Folha de S.Paulo. No jornal paranaense isso aconteceu em 4% das matérias. Observando o índice de significância de Pearson da origem da primeira fonte com o uso da segunda fonte de informação, percebemos que nos dois jornais foi significativo, visto que na Folha de S.Paulo $P = 1,343,349 (0,000)$ e na Gazeta do Povo $P = 2,110,382 (0,000)$. Significa que existe uma tendência forte que a origem da fonte 1 seja a mesma origem da fonte 2 em ambos veículos de comunicação, sendo que normalmente é fonte oficiosa.

Poucas vezes os profissionais de comunicação colocaram a opinião oficial em confronto com a opinião do cidadão, visto que na Gazeta do Povo isso aconteceu em 17% das notícias e no jornal paulista o índice foi um pouco maior, mas é pequeno, equivalendo a 21% da produção. Somando todas as fontes colocadas em debate com fontes oficiais e excetuando os entrevistados que representam alguma instituição e não falavam por si, verificamos que 27% da produção da Folha de S.Paulo cedeu espaço para ideias diferentes, já a Gazeta do Povo fez isso em 21,5% das matérias.

O índice de pluralidade de vozes nos dois jornais é pequeno visto que nenhuma deles atingiu 30% da produção, porém percebemos que a Gazeta do Povo peca mais nesse aspecto, porque tende a privilegiar o uso de entrevistados oficiais, diferente da Folha de S.Paulo que abre espaço para a opinião do cidadão individualizado com mais frequência.

Agora, separando as notícias sobre políticas femininas dos demais assuntos, percebemos que das 394 matérias publicadas sobre políticas para mulheres, apenas 184 deram espaço para os entrevistados, ou seja, 47%. Destas 184 matérias, 75 utilizaram somente a primeira fonte oficial sem nenhuma fonte secundária para debater o assunto (41%).

Outras 27 notícias entrevistaram duas pessoas que representavam uma instituição (15% de fontes oficiais). Em oito entradas jornalísticas os repórteres entrevistaram uma fonte oficial e um cidadão comum (5%) e em duas matérias contrapuseram a fonte oficial com aqueles que geraram um conflito social (1%). Se somarmos às vezes que os jornalistas deram pluralidade de vozes quando o primeiro entrevistado era oficioso percebemos que isso aconteceu apenas em 6% da cobertura de políticas femininas. Os comunicadores entrevistaram primeiro o cidadão comum para depois ouvir as fontes do governo em nove matérias, ou seja, em 5% da cobertura. Não houve nenhuma notícia em que o cidadão foi ouvido e depois contraposto com uma fonte disruptiva e em 34 matérias (18%) apenas o cidadão teve espaço sem a consulta de uma segunda fonte.

Ao reunirmos as notícias sobre políticas femininas nas quais os repórteres deram pluralidade de vozes, porque entrevistaram indivíduos com interesses distintos, observamos que 14% da cobertura mostrou opiniões diferentes na mesma matéria, ou seja, apenas 25 vezes. Nestas matérias existiu a fala da instituição contra aqueles que geraram conflito social e com o indivíduo comum que participa da sociedade. No tema políticas femininas não tivemos nenhuma matéria na qual o jornalista deu seu testemunho.

Ao analisar a origem das fontes de informação utilizadas pelos jornalistas nas matérias sobre políticas públicas para mulheres, notamos que a maioria não usou entrevistados, sendo que isso significa 53% das entradas ou 210 notícias. Quando deram vozes aos entrevistados em 152 notícias, ou seja, 83% da cobertura foram ouvidas alguma fonte oficial (seja ela o primeiro ou o segundo entrevistado). Os comunicadores entrevistaram o cidadão individualizado em 89 matérias, que representaram 48% da produção jornalística e em 15 entradas deram espaço para a opinião daqueles que criaram algum conflito ou instabilidade social (8%).

Com a análise da origem das fontes de informação podemos afirmar que realmente houve pluralidade de vozes no jornalismo impresso em apenas 14% das matérias. A cobertura das políticas femininas ainda dá mais espaço para aqueles

que representam uma instituição e não falam por si, mas pela entidade que representam, ou seja, são fontes oficiais de informação. Entende-se esse dado, porque políticas públicas são ações governamentais, por isso os jornalistas tendem a buscar fontes oficiais quando falam sobre elas. Porém, esperava-se que os repórteres dessem mais espaço a outras vozes que não eram do governo, porque as políticas refletem no cotidiano da sociedade e a pluralidade de vozes faz parte dos princípios básicos do jornalismo - que é ouvir os dois lados do fato.

A partir de todos os dados apresentados na pesquisa da cobertura jornalística do período eleitoral de 2005 a 2008 é possível explicar como as políticas públicas para mulheres são retratadas no jornalismo brasileiro e como é a imagem da mulher na mídia atual. Para sintetizar as principais informações apresenta-se o quadro 1.

QUADRO 1 – SÍNTESE DE INFORMAÇÕES

Variáveis	Jornais analisados	
	Folha de S.Paulo	Gazeta do Povo
Número de entradas analisadas	4.909	3.495
Temática predominante	Cultura e variedades (27%)	Cultura e variedades (27,5%)
2ª Temática predominante	Campanha eleitoral (15%)	Política Institucional (14%)
Políticas Públicas Femininas	Presente em 243 entradas (5%)	Presente em 151 entradas (4%)
Política Feminina predominante em 2005	Saúde da mulher e direitos reprodutivos (51%)	Saúde da mulher e direitos reprodutivos (33%)
Política Feminina predominante em 2006	Saúde da mulher e direitos reprodutivos (64%)	Saúde da mulher e direitos reprodutivos (29%) e Violência contra a mulher (29%)
Política Feminina predominante em 2007	Saúde da mulher e direitos reprodutivos (61%)	Saúde da mulher e direitos reprodutivos (67%)
Política Feminina predominante em 2008	Autonomia econômica e igualdade no mercado de trabalho (43%)	Saúde da mulher e direitos reprodutivos (45%)
Abrangência predominante	Nacional (52%)	Nacional (39%)
Presença de candidatas ou eleitas em políticas femininas	Em 21 entradas (9% da cobertura com a presença feminina)	Em 23 entradas (15% da cobertura de políticas para mulher)
Enquadramento das reportagens no geral	Episódico (69%)	Episódico (59%)
Enquadramento das reportagens sobre políticas femininas	Temático (54%)	Temático (63%)
Formato mais usado nas políticas femininas	Reportagem sem fotografia (28%)	Reportagem com fotografia (30%)
Tamanho categórico das notícias	Muito pequeno (96%)	Muito pequeno (96%)
Origem da fonte de informação	Oficial x oficial (35%) e Cidadão x cidadão (34%)	Oficial x oficial (57%) e Cidadão x cidadão (19%)

QUADRO 1 – SÍNTESE DE INFORMAÇÕES. FONTE: a autora, 2011.

Percebemos com a pesquisa que as políticas femininas não são consideradas acontecimentos de grande relevância social para os jornais analisados, visto que os jornalistas quase não trazem esse assunto para o debate na esfera pública, pois essa temática representou apenas 5% de toda a cobertura analisada⁵⁴.

Constatamos que o espaço concedido para o tratamento dos fatos sobre as mulheres, seus direitos e políticas é em 96% da cobertura muito pequeno. O que demonstra que mesmo quando os comunicadores tratam o tema com mais profundidade através das reportagens, fazem análise crítica dos acontecimentos com enfoque temático, posicionam as informações em partes privilegiadas das páginas dos jornais (como na primeira dobra da folha) e direcionam a notícia para um grande número de leitores através de uma abordagem de âmbito nacional, mesmo com todos esses critérios as notícias não ganharam grande espaço em centímetros quadrados⁵⁵. Todos esses aspectos demonstram a baixa relevância do tema para os produtores de notícias.

Notamos que os jornalistas da Gazeta do Povo e da Folha de S.Paulo utilizam mais de uma matéria por dia quando querem falar mais pontualmente sobre algum assunto. Mostrando, dessa forma, que existe a tematização das políticas públicas femininas nas páginas destes jornais e que, portanto, não ocorre somente o agendamento midiático dos temas tratados pelos jornalistas, mas também a tematização dos mesmos.

Um exemplo da aplicação da teoria da tematização, além daquele citado na página 49, foram as matérias sobre a falta de creches no interior do Paraná. Porque os repórteres trouxeram um tema público que necessitava de uma solução governamental para as páginas da Gazeta do Povo. Sendo que essa necessidade da população - em especial feminina - está retratada em várias reportagens com ou sem fotografias que foram publicadas durante diversos dias seguidos.

Através do quadro 1 ficam claras as principais características da cobertura de políticas públicas femininas e da mulher nos jornais Folha de S.Paulo e Gazeta do Povo. Para finalizar o texto seguem-se as considerações finais.

⁵⁴ Para mais informações ver Tabela 1, página 73.

⁵⁵ Sobre o espaço das notícias ocupado nas páginas dos jornais ver Tabela 9, página 110.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Com a análise das 8.405 notícias publicadas durante os meses de agosto, setembro e outubro de 2005 a 2008, nos jornais Folha de S.Paulo e Gazeta do Povo, foi possível perceber que as políticas públicas para mulheres ainda são pouco abordadas no jornalismo brasileiro. Encontramos algo que não prevíamos, visto que o trabalho final negou a hipótese de que as políticas femininas aparecem mais em períodos de eleição. Os dados mostraram que acontece o contrário.

Em anos com eleições diminui a abordagem de políticas públicas femininas, pois essas cedem lugar aos temas referentes à campanha eleitoral como, por exemplo, a agenda dos candidatos, carreatas, comícios ou os eventos políticos. Isso porque, o espaço cedido para Política nos meios de comunicação não aumenta em anos eleitorais. Sendo assim, em períodos com disputa eleitoral o espaço antes ocupado com política institucional dá lugar para os eventos de campanha eleitoral.

Em termos qualitativos, através dos dados, podemos afirmar que há uma linha de temas que tendem a ser tematizados pelos meios de comunicação que se diferencia dependendo da presença ou não de eleições (ver tabela 2). Em períodos eleitorais, ganham destaque na mídia os assuntos relacionados principalmente à campanha eleitoral. Já nos anos em que não existem disputas por cargos eletivos, os impressos tendem a agendar os acontecimentos sobre a política institucional como, por exemplo, acontecimentos políticos de outros países ou sobre as ações do governo federal.

Porém, a presença feminina nos jornais de circulação nacional e no paranaense ainda está majoritariamente relacionada à Cultura e Variedades, pois esse foi o assunto mais agendado, no geral, por ambos impressos e representou 27% da cobertura nos dois veículos. Esse índice não surpreendeu, porque a imagem da mulher na mídia está atrelada aos assuntos referentes à arte, música, dança, celebridades, televisão, cinema e atividades culturais desde o século passado como comprovam vários estudos⁵⁶.

Algo novo que a pesquisa revelou foi o fato da mulher estar mais presente em assuntos considerados majoritariamente “masculinos” como política e campanha

⁵⁶ BUITONI (2009) E TUCHMANN (1978).

eleitoral. Acreditamos que exista uma tendência da mulher ter mais visibilidade em matérias de grande relevância social a partir do momento em que elas recebem espaço para discutir esses assuntos e para adentrar nesses campos. Pois, como foi dito no capítulo 3, uma das hipóteses para a baixa participação das mulheres brasileiras nos assuntos relacionados à política, nas décadas de 80 e 90, deve-se a pequena participação delas em cargos políticos. O que vem modificando-se com o passar dos anos e com as iniciativas governamentais como, por exemplo, as políticas de cotas por gênero para a composição da direção dos partidos, que existem desde 1997.

Podemos pensar que a mulher não tinha visibilidade em temas como política e campanha eleitoral porque para elas não era cedido espaço para participar da esfera política e, sendo assim, ficavam destinadas aos temas restritos à esfera privada como, por exemplo, a casa, o lar e os filhos. Uma hipótese para trabalhos futuros que envolvam mulher, mídia e política pode ser a de que com a maior inserção feminina na esfera política, as mulheres tendem a ser pautadas na temática política institucional e campanha eleitoral com mais frequência. Lembrando que essa hipótese precisa ser testada em pesquisas empíricas.

Verificamos que as candidatas e mulheres eleitas para cargos políticos quase não debatem sobre políticas públicas femininas⁵⁷ nos jornais analisados, pois a presença delas restringe-se apenas a 12% de todas as notícias sobre políticas de gênero. Esse fato nos leva a pensar que quem fala sobre políticas para mulheres nos meios de comunicação é basicamente o homem ou as cidadãs individualizadas que não ocupam cargo efetivo na política como, por exemplo, mulheres que sofrem com a falta de creches para seus filhos ou que lutam pela legalização do aborto em casos de fetos anencéfalos. Essa constatação traz à tona o fato que as propostas de políticas específicas para o gênero feminino ainda são pensadas sob a ótica masculina, como acontecia desde a década de 1980, o que significa um desequilíbrio para o debate jornalístico a respeito do desenvolvimento e aprimoramento de ações específicas para as necessidades das mulheres.

Os jornais ainda tematizam mais notícias e informações sobre a política pública para saúde da mulher e direitos reprodutivos, pois essa temática predominou durante a cobertura da Folha de S.Paulo em 2005, 2006 e 2007 e dividiu espaço em

⁵⁷ Sobre a presença das mulheres políticas nas matérias sobre políticas femininas veja Tabela 5, página 94.

2008 com as ações para a autonomia econômica das mulheres e inserção igualitária no mercado de trabalho. Na Gazeta do Povo, a cobertura das políticas femininas não foi diferente, pois nos quatro anos estudados prevaleceram discussões sobre políticas de saúde feminina.

Durante o período de análise, o governo federal debateu a descriminalização do aborto para casos de gravidez de bebês sem cérebro, assistência governamental na área da saúde para aquelas que praticassem o aborto, e a retirada das ações punitivas para mulheres que cometessem o aborto. Outra política pública para mulheres que se destacou nos impressos foi a aprovação do Projeto de Lei 281/2005 de autoria da senadora do PDT/CE, Patrícia Saboya, que refere-se ao aumento da licença-maternidade para seis meses.

Podemos afirmar que a cobertura das políticas femininas, tanto no jornal regional quanto no nacional, está voltada basicamente para o factual, pois são noticiadas quando existem *inputs* provindos da política. O que deve-se, em grande medida, ao fato de que os dois impressos são de circulação diária. Também podemos perceber que a cobertura das políticas femininas encaixa-se com mais frequência na segunda visão do agendamento, que é a visão chamada por McCombs de “Alvo de Engajamento”, no qual os jornalistas guiam suas investigações e publicações para os assuntos públicos⁵⁸.

Em grande parte das notícias, os jornais publicaram informações sobre as políticas públicas femininas quando existia um fato noticioso como, por exemplo, o debate no Congresso sobre a liberação do aborto. Os impressos geralmente não publicaram as políticas para mulheres como forma de alertar a população sobre os direitos das mulheres, com intuito de diminuir o preconceito, de ajudar na transformação do papel social da mulher restrito ao lar, ou ainda, para elucidar a existência dos planos nacionais de políticas.

As políticas femininas só ganharam espaço nos meios de comunicação quando existiu um fato jornalístico envolvendo-as, pois acontecimentos históricos não são suficientes para trazer o debate à esfera pública. Isso porque em 2006, o governo federal instituiu a Lei Maria da Penha para o enfrentamento da violência contra as mulheres, porém o acontecimento quase não foi tematizado pelos jornais analisados. Mesmo sabendo que a lei contra violência doméstica representou um

⁵⁸ Sobre as quatro visões do agendamento midiático ver páginas 44 e 45.

acontecimento histórico para o país. Pois, o Estado reconheceu como seu dever a garantia da segurança da mulher e retirou o assunto da esfera privada (do lar) e trouxe-o para a esfera política através de políticas de segurança feminina.

Não basta apenas o Estado debater e criar ações de políticas femininas para que os meios de comunicação abordem o assunto e deem visibilidade na esfera pública. É necessário que pessoas da sociedade civil tragam o tema para a discussão - seja através de cartas do leitor ou nas colunas e artigos assinados - como fizeram Zilda Arns e Nilcéa Freire. Além disso, para que o assunto ganhe espaço na pauta jornalística é preciso que exista um fato que encaixe-se nos critérios jornalísticos e nos valores-notícia.

Além do baixo agendamento de políticas femininas, nota-se que os editores deram pouco espaço nas páginas dos jornais para tratar do assunto (ver tabela 9). Isso pode ser comprovado através da categorização dos tamanhos das matérias. Mais de 95% das informações sobre políticas para mulheres foram classificadas como muito pequena nos dois jornais. A análise do tamanho é esclarecedora, porque nos mostra que mesmo quando o tratamento da notícia é mais trabalhado pelos jornalistas ainda assim a diagramação da notícia ocupa um pequeno lugar na página.

Portanto, não é suficiente que os fatos sejam de grande relevância social, que os jornalistas escrevam de maneira mais aprofundada – utilizando reportagens temáticas –, que as informações sejam colocadas na parte superior da página – que é conhecida por chamar mais atenção do leitor -, porque parece que estes não são instrumentos suficientes para angariar espaços maiores em centímetros quadrados nas páginas dos jornais. Talvez por esse motivo muitos jornalistas complementam suas matérias com a ajuda de outras reportagens como aconteceu tanto na Folha de S.Paulo quanto na Gazeta do Povo (ver páginas 49-50).

Os espaços muito pequenos cedidos às matérias nos mostram que não adiantou o governo federal realizar políticas públicas femininas de relevância social, que interferiram no cotidiano da população, e que contaram com a participação de diversas mulheres da sociedade civil e que trabalham na política, porque os meios de comunicação não deram espaço grande para tratar desse assunto, durante o período da análise, em ambos jornais.

Os veículos de comunicação também não priorizaram a pluralidade de ideias, como dizem em seus manuais, pois a origem dos entrevistados tendeu a ser oficiosa

tanto na Folha de S.Paulo quanto na Gazeta do Povo. Percebemos que as notícias mostraram basicamente o ponto de vista oficial, visto que mais de 80% das matérias utilizaram a fala institucional e menos de 15% contrapuseram uma fonte oficial com fontes disruptivas ou falas do cidadão comum. Esperava-se que os jornais dessem mais espaço à pluralidade de vozes, porque as políticas públicas refletem ações intencionais dos governos com objetivos a serem alcançados e que refletem no cotidiano da sociedade em geral. Portanto, não envolvem somente pessoas que ocupam cargos oficiais e sim toda a população. Além disso, a própria mulher que trabalha na política não costuma ter voz nos jornais analisados, pois apenas 12% das matérias contaram com a participação delas⁵⁹.

Outro fato a ser lembrado é que a abrangência das notícias nos dois jornais foi predominantemente nacional. Isso reflete um desvio na produção noticiosa da Gazeta do Povo com relação ao seu público-alvo, principalmente porque segundo seus proprietários a prioridade do jornal é com os paranaenses e consequentemente com assuntos que interfiram no seu cotidiano. Com relação a esse ponto, o veículo paulista cumpriu com a expectativa, pois garantiu que a maioria das informações fosse de âmbito nacional.

Podemos afirmar que os meios de comunicação agendam os temas nos quais as pessoas podem vir a debater e pautam-se uns aos outros, pois houve congruência em grande parte dos assuntos colocados tanto no impresso paulista quanto no jornal paranaense. O que se deve, em boa medida, ao fato que os jornalistas guiaram-se basicamente pela agenda política para retratar as políticas femininas e, dessa maneira, deram ênfase aos mesmos debates e questões colocadas pelo governo federal.

Além disso, nos jornais prevaleceram as notícias de políticas públicas que dizem respeito à mulher enquanto progenitora e responsável pela manutenção da vida e educação das crianças. O que demonstra uma visão, ainda, restrita do papel social da mulher nas comunidades contemporâneas.

Os produtores de informação também guiaram-se basicamente pela visão governamental, pois poucas entradas contaram com entrevistas de cidadãos individualizados, que criassem confronto social e com os *inputs* trazidos pela sociedade em geral. Isso demonstra que é necessário que os jornalistas e a mídia

⁵⁹ Ver mais a respeito na Tabela 5, página 94.

atentem para a necessidade de discutir temas que influenciam a vida dos cidadãos e que não estão na pauta do governo como, por exemplo, as políticas para o enfrentamento das desigualdades geracionais que atingem as mulheres e que não estiveram na pauta governamental discutidas nos meios de comunicação.

Contudo, mesmo sabendo que a mídia cede espaços pequenos para matérias sobre mulher, seus direitos e políticas femininas, percebemos que há uma melhora qualitativa na imagem da mulher transmitida pelos meios de comunicação, porque os jornalistas estão se preocupando em analisar os dados e assuntos que colocam em debate e buscam formatos jornalísticos mais trabalhados como as reportagens e o uso freqüente do recurso fotográfico.

Com a pesquisa foi possível fazer uma análise da visibilidade da mulher e de políticas públicas femininas nos jornais Folha de S.Paulo e na Gazeta do Povo. Percebemos que poucas vezes são as candidatas ou mulheres que ocupam cargos políticos que falam sobre as políticas femininas; que os meios de comunicação dão mais espaço para as fontes oficiosas, mas existe uma tendência na Folha de S.Paulo de trazer a voz do cidadão para o debate em geral. E que principalmente os comunicadores tendem a aprofundar as informações que transmitem sobre as políticas públicas para mulheres utilizando-se de recursos como reportagens com fotografia, enquadramento temático e disponibilizando as matérias nos quadrantes superiores das páginas de seus veículos. Mas lembramos que isso não foi suficiente para que as matérias recebessem espaços maiores nas páginas.

São necessários mais estudos na área de Comunicação Política e Gênero para que possamos verificar quais são os critérios de seleção que levam uma notícia a ter mais destaque do que outras e porque alguns temas – como as políticas femininas – mesmo quando encaixam-se nos valores-notícias e nos critérios de noticiabilidade não ganham tanto destaque nos meios de comunicação. A pesquisa espera ter auxiliado no entendimento sobre como as políticas públicas femininas e a imagem da mulher são veiculadas nos meios de comunicação em períodos eleitorais e sem disputa eleitoral comparando-se dois jornais brasileiros, de circulação diária.

REFERÊNCIAS

- ABRAMO, C. W. **Império dos sentidos**: critérios e resultados na Folha de S.Paulo. Novos Estudos CEBRAP, n°31, outubro de 1991, pp. 41-67.
- AVRITZER, L.; COSTA, S. **Teoria Crítica, Democracia e Esfera Pública**: Concepções e Usos na América Latina. DADOS - Revista de Ciências Sociais, Rio de Janeiro, vol. 47, n°4, 2004.
- AZEVEDO, F. A. **Imprensa, Cobertura Eleitoral e Objetividade**: A eleição de 2000 na capital paulista. Opinião Pública, Campinas, Vol. VII, n° 2, 2001, pp. 182-201.
- BABBIE, E. **Métodos de pesquisa em Survey**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2005.
- BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Tradução de Luís Antero Reto e Augusto Pinheiro. Lisboa: Edições 70, 1977.
- BAUER, M.; GASKELL, G. (org). **Pesquisa Qualitativa com texto**, imagem e som: um manual prático. Tradução de Pedrinho Guareschi. Rio de Janeiro: Vozes, 2002.
- BERGER, P.; LUCKMANN, T. **A construção Social da Realidade**. Petrópolis: Vozes, 1985.
- BUITONI, D. H. S. **Mulher de Papel**: a representação da mulher pela imprensa feminina brasileira. São Paulo: Summus, 2009.
- CANELA, G. (org.). **Políticas Públicas Sociais e os Desafios para o Jornalismo**. São Paulo: Editora Cortez, 2008.
- CANTOR, M. Where is the women in public Broadcasting? In: TUCHMAN, G.; DANIELS, A. K.; BENÉT, J. **Hearth & Home**: Images of Women in the mass media. New York: Oxford University Press, 1978, p. 78-89.
- CERVI, E. **A cobertura da imprensa e as eleições presidenciais de 2002**. Rio de Janeiro: IUPERJ, 2003. Disponível em <www.bocc.ubi.pt>, acesso em 30 de setembro de 2007.
- COLLING, L. **Agenda-setting e framing**: reafirmando os efeitos limitados. Revista Famecos. Porto Alegre, n°14, abril de 2001 .
- CUCURELLA, M. B. **La opinión pública en Habermas**. Revista Anàlisi, n° 26, ano 2001, p. 51-70.
- DAHL, R. A. **Poliarquia**. São Paulo, Edusp, 1997.

DAHL, R. A. **Who Governs?** New Haven, Yale University Press, 1989, p. 271-301.

Do ESPÍRITO SANTO, P. **O Processo de Persuasão Política: Abordagem Sistêmica da Persuasão com Referências ao Atual Sistema Político Português.** Lisboa: ISCSP, 1997.

ENTMAN, R. **Framing:** Toward Clarification of a Fractured Paradigm. *Journal of Communication*, nº43, 1993, pp.51-58.

ERBOLATO, M. **Técnicas de codificação em jornalismo.** São Paulo: Ática, 1985.

FARIA, C. A. P. de. **Idéias, conhecimento e políticas públicas.** Um inventário sucinto das principais vertentes analíticas recentes. *Revista Brasileira de Ciências Sociais*, vol. 18, nº51, fevereiro/ 2003.

FLEURY, S. Políticas Sociais e Democratização do poder local. In: VERGARA, S. C. & CORRÊA, V. L. A. (orgs.). **Propostas para uma gestão pública municipal efetiva.** Rio de Janeiro: Fundação Getúlio Vargas, 2003.

GALERA, M. C. G.; CONDE, M. R. B. (coord). **Investigar em comunicación:** guía práctica de métodos y técnicas de investigación social em comunicación. Mc Graw Hill: Madrid – Espanha, 2005.

GOMES, W. Esfera pública política e media. Com Habermas, contra Habermas. In: RUBIM, A. A.; BENTZ, I.; PINTO, M. Jr. (orgs). **Produção e Recepção dos sentidos midiáticos.** Petrópolis: Vozes, 1998.

GONÇALVES, C. D. **Os Efeitos Cognitivos da Comunicação de Massas.** *Revista PRISMA.COM*, n.º 9, 2010.

HABERMAS, J. **Mudança estrutural da esfera pública:** investigações quanto a uma categoria da sociedade burguesa. Tradução de Flávio Kothe. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 2003.

HANSEN, M. R. **Esfera pública, democracia e jornalismo:** as representações sociais da cidadania em *Veja* e *Isto é*. São Cristóvão: Editora UFS, Aracaju: Fundação Oviêdo Teixeira, 2007.

HARCUP, T.; O'NEILL, D. **What is news?** Galtung and Ruge revisited. *Journalism Studies*, vol 2, nº2, 2001, pp.261-280.

HERSCOVITZ, H. G. Análise de conteúdo em jornalismo. In: LAGO, C.; BENETTI, M.(orgs). **Metodologia de pesquisa em jornalismo.** Rio de Janeiro: Vozes, 2007.

KINZO, M. D. G. O processo eleitoral as políticas públicas sociais. **Políticas Públicas Sociais e os Desafios para o Jornalismo.** CANELA, G. (org.). São Paulo: Editora Cortez, 2008.

KNOLL, G. F. **A representação dos gêneros na publicidade**. Simpósio sobre gênero e preconceito: estudos em análise crítica de discurso. Florianópolis: UFSC, 2006. Disponível em: <http://www.fazendogenero7.ufsc.br/st_02.html>. Acesso em 26 de dez. 2007.

LANG, G.E. The most admired woman: image-making in the news. In: TUCHMAN, G.; DANIELS, A. K.; BENÉT, J. **Hearth & Home: Images of Women in the mass media**. New York: Oxford University Press, 1978.

LIEDTKE, P. **Governando com a mídia: o enquadramento da reforma da Previdência no Jornal Nacional (maio-agosto/2003)**. Associação Brasileira de Pesquisadores em Comunicação e Política: Minas Gerais, 2007. Disponível em <http://www.fafich.ufmg.br/compolitica/ordem_gts.html>, acesso em 29 de agosto de 2008, às 22h51.

MACHADO, L. M. V. **A incorporação de gênero nas políticas públicas: perspectivas e desafios**. São Paulo: Annablume, 1999.

MANIN, B. **As metamorfoses do governo representativo**. Revista Brasileira de Ciências Sociais: Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais, n. 29, ano 10, outubro 1995.

MANIN, B.; PRZERWORSKI, A.; STOKES, S. **Eleições e representação**. Lua Nova, São Paulo, 67: 105-138, 2006.

MANUAL DE REDAÇÃO: Folha de S.Paulo. São Paulo: Publifolha, 2005.

MCCOMBS, M. **A teoria da Agenda: a mídia e a opinião pública**. Petrópolis, Rio de Janeiro: Vozes, 2009.

MCCOMBS, M. **Building Consensus: The news media's agenda-setting roles**. University of Texas at Austin. Political Communication, 14:433-443, 1997.

MCCOMBS, M.; SHAW, D. **The agenda-setting function of mass media**. Public Opinion Quarterly, 1972, XXXVI, 2, vol. 36, pp.176-187.

MIGUEL, L. F. **O mundo dos homens de gravata: a política no "Jornal Nacional"**. XXIX Encontro da Associação Nacional de Pós-Graduação e Pesquisa em Ciências Sociais - ANPOCS, 2005.

MIGUEL, L. F. **Representação Política em 3-D: Elementos para uma teoria ampliada da representação política**. Revista Brasileira de Ciências Sociais, vol.18, nº51, fevereiro de 2003.

MOLOTCH, H. The news of women and the work of men. In: TUCHMAN, G.; DANIELS, A. K.; BENÉT, J. **Hearth & Home: Images of Women in the mass media**. New York: Oxford University Press, 1978.

MONTEIRO, A.; LEAL, G. B. **Mulher: da luta e dos direitos**. Brasília: Instituto Teotônio Vilela, 1998, coleção Brasil.

NADER, M. B. **Mulher: do destino biológico ao destino social**. Vitória: EDUFES, 2001.

NOËLLE-NEUMANN, E. **La espiral del silencio**. Opinión Pública: nuestra piel social. Barcelona, 1995. Disponível em: <http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/noelle-neumann.pdf> . Acesso em 10 de abril de 2008.

OLIVEIRA FILHA, E. A. **Olhares sobre uma cobertura: as eleições de 2002 para o governo do Paraná em três jornais locais**. Tese de doutorado em Comunicação de São Leopoldo. São Leopoldo: Unisinos, 2006.

PEREIRA FILHO, F. C. **Noventa anos de História**. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/90anos/independencia/conteudo.phtml?tl=1&id=851912&tit=Noventa-anos-de-historia>, acesso em 10 de maio de 2010, às 15h04.

PERROT, M. **Mulheres públicas**. Tradução de Roberto Leal Ferreira. São Paulo: UNESP, 1998.

PORTO, M. **Mídia Brasileira e a Eleição Presidencial de 2000 nos EUA: a cobertura do jornal Folha de São Paulo**. *International Communication Association (ICA): Washington D.C.*, 2001.

PORTO, M. A mídia e a avaliação das políticas públicas sociais. In: CANELA, G. (org). **Políticas Públicas sociais e os desafios para o jornalismo**. São Paulo: Cortez Editora, 2008.

RABAÇA, C. A.; BARBOSA, G. G. **Dicionário de comunicação**. 2. ed. rev. e atualizada. Rio de Janeiro: Campus, 2001.

RODRIGUES, A. D. **Estratégias de Comunicação**. Lisboa: Presença, 1990.

SAMPEDRO, V. **Conspiración y pseudocracia**. O la esfera pública a cinco años del colapso del 11-M. Viento Sur, nº130, mayo 2009.

SAMPEDRO, V.; PÉREZ, F. S. **Las elecciones generales españolas de 2008: Bipolarización antagônica fomentada por intereses político-mediáticos y las nuevas tecnologías**. Rev. Sociol. Polít., Curitiba, v. 17, n. 34, p. 129-135, out. 2009.

SANCHEZ, M. **Uma história em páginas tipografadas**. Publicada em 02 de fevereiro de 2009. Disponível em: <http://www.gazetadopovo.com.br/90anos/independencia/conteudo.phtml?tl=1&id=851915&tit=Uma-historia-em-paginas-tipografadas>, acesso em 10 de maio de 2010, às 15h22.

SCHEUFELE, D.; TEWKSBURY, D. **Framing, Agenda Setting and Priming: The evolution of three media effects models.** Journal of Communication, n° 57, 2007, pp. 9-20.

SECRETARIA DE ESTADO DA JUSTIÇA E DA CIDADANIA. **Conselho Estadual da Mulher do Paraná.** Curitiba, 2004. Disponível em: <http://www.pr.gov.br/seju/conselho8.html>.

SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES. **I Conferência Nacional de Políticas para as Mulheres.** Brasília: Presidência da República, 2004. Disponível em: <<http://www.sepm.gov.br/pnpm/documentos-do-i-cnpm>>, acesso em 10 de maio de 2008.

SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES. **I Plano Nacional de Políticas para as Mulheres.** Brasília: Presidência da República, 2008, 236 p. Disponível em: <<http://www.sepm.gov.br/pnpm/sistemas-de-acompanhamento-do-pnpm>>.

SECRETARIA ESPECIAL DE POLÍTICAS PARA AS MULHERES. **II Plano Nacional de Políticas para as Mulheres.** Brasília: Presidência da República, 2008, 236 p. Disponível em: <<http://www.sepm.gov.br/pnpm/sistemas-de-acompanhamento-do-pnpm>>.

SILVEIRINHA, M. J. **O discurso feminista e os estudos dos media:** em busca da ligação necessária. Coimbra: Universidade de Coimbra, 2008. Disponível em: <<http://bocc.ubi.pt/pag/silveirinha-maria-joao-discurso.pdf>> Acesso em 20 de abril de 2008.

SOUSA, J. P. **As notícias e os seus efeitos.** As teorias do jornalismo e dos efeitos sociais dos media jornalísticos. Portugal: Universidade Fernando Pessoa, 1999. Disponível em <http://bocc.ubi.pt/pag/_texto.php?html2=sousa-pedro-jorge-noticiasefeitos.html>. Acesso em: 26 de março de 2008.

SOUSA, J. P. **Teorias da Notícia e do Jornalismo.** Chapecó: Argos, 2002.

SOUZA, C. **Políticas Públicas:** uma revisão da literatura. Revista Sociologias, Porto Alegre, ano 8, n° 16, jul/dez 2006, p.20-45.

STUMPF, I. R. C. Pesquisa Bibliográfica. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (orgs). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação.** São Paulo: Atlas, 2005.

TELES, M. A. A. **Breve história do feminismo no Brasil.** São Paulo: Brasiliense, 1999.

THOMPSON, J. B. **Ideologia e cultura moderna:** teoria social crítica na era dos meios de comunicação de massa. Petrópolis, RJ: Vozes, 1995.

THOMPSON, J. B. **La transformación de la visibilidad.** Revista Estudios Públicos, Santiago, v. 90, p.273 – 296, outono de 2003.

TRAQUINA, Nelson. **Porque as notícias são como são**. 2ª ed. Florianópolis: Insular, 2005.

TUCHMAN, G.; DANIELS, A. K.; BENÉT, J. **Hearth & Home**: Images of Women in the mass media. New York: Oxford University Press, 1978.

WOITOWICZ, K. J.; WOITOWICZ, E. J. **Mulheres invisíveis e estigmatizadas nos discursos da mídia**: superficialidade e banalização da violência de gênero nas páginas policiais. Ponta Grossa: UEPG, 2006. IX Seminário de Inverno de Estudos em Comunicação.

WOLF, M. **Teorias da Comunicação**. Tradução de Maria Jorge Vilar de Figueiredo. 9ª ed. Lisboa: Presença, 2006.

ANEXOS

ANEXO A - LIVRO DE CÓDIGOS

1. **Nome do pesquisador**
2. **Nome do jornal**
3. **Data do exemplar**
4. **Número da matéria:** indicar numeração seqüencial das matérias naquela edição
5. **Formato da entrada:** indica o tipo de material noticioso de acordo com a classificação da tabela 1.

TABELA 1 - FORMATO

FORMATO	COD.	EXPLICAÇÃO
Reportagem sem fotografia	1	Textos informativos e noticiosos produzidos por jornalistas/agências a respeito da disputa eleitoral.
Chamada de 1ª página	2	Textos informativos de primeira página com citação de um ou mais candidatos a prefeito. Conta apenas o espaço de texto.
Charge/Infográfico/Ilustração	3	Desenho, infográfico, charge ou reprodução artística de um ou mais candidatos. Conta-se uma aparição por imagem.
Coluna Assinada	4	Texto interpretativo/opinativo, assinado por articulista do veículo ou agência. Normalmente com espaço fixo no jornal.
Artigo Assinado	5	Texto interpretativo/opinativo, assinado por especialista ou figura de destaque. Normalmente nas páginas de opinião.
Editorial	6	Texto opinativo, em espaço fixo no jornal, sem assinatura, que representa a opinião do próprio veículo de comunicação.
Manchete com fotografia	7	Principal notícia do dia com imagem acompanhada.
Chamada de 1ª página com fotografia	8	Chamada com imagem acompanhada.
Manchete sem fotografia	9	Principal notícia do dia sem nenhuma fotografia ou imagem.
Chamada -Título	10	Chamada título sem texto.
Reportagem com fotografia	11	Matéria mais elaborada com fonte de informação e vários ângulos do mesmo fato.
Nota	12	Pequeno texto informativo.
Foto-Legenda	13	Fotografia acompanhada de legenda mais elaborada.
Coluna do leitor	14	Espaço destinado à opinião do leitor seja através de e-mails, cartas, fax e outros dispositivos.

Fonte: "Mídia, Política e Atores Sociais", UEPG, 2009.

6. **Título:** transcrever o título da matéria ou, no caso de fotos, charges ou infográfico, a legenda.
7. **Autor:** escrever o nome do autor quando houver crédito ou da agência de notícia.
8. **Página do jornal:** número da página. Quando for caderno que mudam a paginação colocar também as letras que indicam o caderno, por exemplo, A5.
9. **Posição na página do jornal:** indica a localização da matéria relativa ao espaço no qual ela ocupa na página. Segue os códigos da tabela 2.

TABELA 2 – POSIÇÃO NA PÁGINA (Continua)

LOCALIZAÇÃO NA PÁGINA	CÓD.
Página Inteira	1
Metade Superior	2
Metade Inferior	3
Metade Direita	4
Metade Esquerda	5
Quadrante Superior Direito	6
Quadrante Superior Esquerdo	7
Quadrante Inferior Direito	8
Quadrante Inferior Esquerdo	9

Fonte: “Mídia, Política e Atores Sociais”, UEPG, 2009.

10. Altura: em centímetros

11. Largura em centímetros: quando for largura padrão da coluna (que são seis colunas de larguras iguais) utilizar 4,5 cm.

12. Tema Geral: relacionado ao assunto predominante no texto. A classificação dos temas gerais seguem a tabela 3.

TABELA 3 – TEMA GERAL

TEMA GERAL	CÓDIGO
Campanha Eleitoral	1
Política Institucional	2
Economia	3
Política Social	4
Infra-estrutura e meio ambiente	5
Violência e segurança	6
Ético-moral	7
Esporte	8
Cultura e Variedades	9
Tecnologia e informática	10
Política Públicas para Mulher	11
Outros	12

Fonte: “Mídia, Política e Atores Sociais”, UEPG, 2009.

13. Tema Específico: relacionado ao assunto que predomina no texto. A classificação dos temas específicos segue os códigos da tabela 4.

TABELA 4 – TEMA ESPECÍFICO (Continua)

TEMA GERAL	TEMA ESPECÍFICO	COD.
1	Corrida Eleitoral (pesquisas)	100
1	Campanha para prefeito (organização e fatos da campanha)	101
1	Campanha para vereador (organização e fatos da campanha)	102
1	Campanha para presidente da republicana	103
1	Campanha para governador	104
1	Campanha para senado	105
2	Governo do Estado	200
2	Governador	201
2	Governo Municipal	202
2	Governo Federal	203
2	Câmara Federal e Senado	204
2	Assembléia Estadual	205
2	Poder Judiciário Geral	206
2	Justiça Eleitoral (TER ou TSE)	207

TEMA GERAL	TEMA ESPECÍFICO (conclusão)	COD.
2	Partido ou instituições políticas	208
2	Política Internacional	209
3	Finanças (juros, câmbio, bolsas)	300
3	Indústria	301
3	Agricultura	302
3	Comércio (local ou importação e exportação)	303
3	Emprego, desemprego, salário e previdência	304
3	Indicadores econômicos (PIB, renda per capita, dívida pública)	305
3	Política econômica (crescimento, planejamento, incentivo)	306
4	Educação	400
4	Saúde	401
4	Habitação	402
4	Políticas compensatórias (renda mínima, bolsa-escola, etc.).	403
4	Questão agrária	404
4	Indicadores sociais (renda, pobreza, desigualdade, exclusão).	405
4	Juventude	406
4	Terceira Idade	407
4	Étnicas	409
4	Assistencialismo (ligado a atendimentos pessoais ou balcão)	410
5	Obras	500
5	Saneamento básico	501
5	Energia	502
5	Transporte e infra-estrutura urbana	503
5	Questões ambientais e ecológicas	504
5	Bairro	505
6	Violência e crime organizado	600
6	Penas e punições (pena de morte, prisão perpétua)	601
6	Sistema penitenciário e prisional	602
6	Segurança	603
6	Prostituição	604
6	Violência doméstica com criança e adolescente	605
7	Família, tradição e costumes.	700
7	Temas controversos (nepotismo, união civil, clonagem, etc)	701
7	Corrupção e má gestão do dinheiro público	702
8	Política de incentivo ao Esporte	800
8	Eventos esportivos	801
9	Atividade cultural	900
9	Espaços culturais – bibliotecas, escola música, teatro.	901
9	Parcerias com segmentos culturais	902
9	Proposta para novas áreas de lazer	903
9	Artistas e estrelas do mundo artístico	904
9	Política de incentivo ao turismo	905
9	Comportamento	906
10	Informática	1000
11	Autonomia Econômica e igualdade no mundo do trabalho com inclusão social	1101
11	Educação inclusiva, não-sexista, não racista, não homofóbica	1102
11	Saúde das mulheres, direitos sexuais e reprodutivos	1103
11	Enfrentamento de todas as formas de violência contra a mulher	1104
11	Participação das mulheres nos espaços de Poder e decisão (política)	1105
11	Desenvolvimento sustentável no meio rural e cidade	1106
11	Direito à terra, infra-estruturas social no meio rural e urbano	1107
11	Cultura, comunicação e mídias igualitárias, democráticas e não discriminatórias	1108
11	Enfrentamento do racismo, sexismo e lesbofobia	1109
11	Enfrentamento das desigualdades geracionais que atingem as mulheres	1110
12	Outros	1200

Fonte: "Mídia, Política e Atores Sociais", UEPG, 2009.

14. Enquadramento: são classificadas quanto ao enquadramento apenas as reportagens, sendo que elas seguem os códigos da tabela cinco segundo a classificação de Mauro Porto (2000).

TABELA 5 – ENQUADRAMENTO DAS REPORTAGENS

TIPO FONTE	COD	EXPLICAÇÃO
Corrida de Cavalos	1	Trata da evolução da campanha como uma corrida entre os candidatos, dando ênfase a quem está na frente, avançando ou perdendo espaço nas pesquisas eleitorais e estratégias de campanha.
Personalista	2	Dá preferência aos atores individuais, focalizando a atenção no candidato ou em dramas humanos relacionados a ele, deixando em segundo plano os aspectos da política institucional. Enfatiza a vida dos candidatos, descrevendo suas habilidades, qualidades e defeitos.
Temático	3	Interpreta posições e propostas dos candidatos sobre aspectos substantivos da campanha. Dá ênfase às plataformas partidárias ou programas para diferentes temas. Tenta contextualizar assuntos da campanha eleitoral, abstraindo-se da própria campanha.
Episódico	4	Restringe-se a relatar acontecimentos recentes da campanha, sem o enfoque característico dos outros três enquadramentos. É descritivo e orientado por acontecimentos que geram reações do público. Desconsidera aspectos mais amplos do evento. É simples relato de fatos ou declarações de candidatos ou não sobre a campanha.

A partir de PORTO, M. (2000).

Fonte: “Mídia, Política e Atores Sociais”, UEPG, 2009.

15. Resumo da entrada: breve texto que deve complementar as informações que não constam no título e que não são apontadas pelos códigos analisados.

16. Abrangência: área principal de abrangência do tema que está sendo tratado na chamada. Deve-se considerar a cidade que é sede do jornal para a abrangência local. Segue os códigos da tabela seis.

TABELA 6 – ABRANGÊNCIA DAS NOTÍCIAS

ABRANGÊNCIA DAS ENTRADAS	COD.	EXPLICAÇÃO
Local	1	Quando o tema for predominantemente tratado a partir da relação com a cidade em que o jornal é editado.
Regional	2	Quando o assunto for tratado a partir de uma relação com um Estado da federação ou outro município que não é a sede do jornal, por exemplo, uma matéria publicada na Gazeta do Povo sobre a ação da polícia federal em Foz do Iguaçu.
Nacional	3	Quando o tema for predominantemente nacional, por exemplo, uma matéria publicada na Folha de S.Paulo sobre ações do governo federal na política econômica.
Internacional	4	Quando o assunto da chamada for tratado predominantemente em relação aos outros países, por exemplo, as eleições presidenciais na Argentina.

Fonte: “Mídia, Política e Atores Sociais”, UEPG, 2009.

17. Origem da fonte de informação 1 e 2: (ausência = 0 ou códigos abaixo para presença por predominância ou precedência). Deve-se considerar os dois primeiros entrevistados para classificar sua origem de acordo com a tabela oito.

18. Número de fontes: contar todos os entrevistados que tiveram voz nas entradas jornalísticas.

19. Presença de Mulher na Política: utilizar para ausência o código zero e para a presença de mulher que trabalham na política, o código um.

TABELA 8 – ORIGEM DAS FONTES

ORIGEM DAS FONTES	COD.	EXPLICAÇÃO
Oficial habitual	1	Representam instituições públicas ou privadas, não falando apenas em seu próprio nome, mas sim institucionalmente. Ex: Presidente da federação dos transportadores rodoviários de cargas ao opinar sobre a necessidade de obras de infra-estrutura, coordenador de campanha, o próprio candidato.
Disruptiva Social	2	Representam opiniões expressas a partir de eventos ou crises sociais que gerem algum tipo de confronto ou instabilidade social. Aqui, o fato social é maior do que a fonte que o expressa. Ex: Presidente sindicato dos caminhoneiros durante uma manifestação que interrompeu o trânsito na rodovia do país ou militante que foi preso durante conflito em comício político.
Cidadão individualizado	3	Deve-se codificar como Outro qualquer fonte que não for representante oficial de órgãos públicos (diretos ou indiretos) e que não esteja promovendo nenhum confronto ou instabilidade social. Ou seja, trata-se de fonte da sociedade organizada que fala em nome dela mesma ou de uma organização não ligada ao aparato Estatal.
Próprio jornalista	4	Situações em que o repórter, sem nenhuma outra citação de fonte, apresenta ou descreve situação a partir de observação direta ou memória histórica. Ex.: Acompanha reunião de partido e conta o que viu sem citar ninguém.

Baseado em Molotch e Lester (1993) Santos (2001)

Fonte: "Mídia, Política e Atores Sociais", UEPG, 2009.

ANEXO B – DIVISÃO DA PÁGINA EM QUADRANTES

TERÇA-FEIRA, 30 de outubro de 2007

Mundo

MAPA-MÚNDI

ISRAEL

Premier tem câncer de próstata

O premier israelense, Ehud Olmert, anunciou ontem que sofre de câncer inicial de próstata, mas que a doença não o impedirá de exercer suas funções e que tem grandes chances de recuperação. Ele deve ser submetido a uma cirurgia e não passará por quimioterapia. Os médicos disseram que o tratamento deve durar alguns meses, e que o premê não corre risco de vida.

CLIMA

Tempestade causa mortes na República Dominicana

Ao menos 20 pessoas morreram com as fortes chuvas e inundações causadas pela tempestade tropical Noel na República Dominicana ontem, segundo autoridades locais. Outras 20 pessoas, pelo menos, ficaram desaparecidas com a passagem da tempestade pela ilha de Hispaniola, dividida entre a República Dominicana e o Haiti, segundo Ramon Franco, chefe da missão consular de Havana.

CASO DIANA

Novo veículo "surge" na cena do acidente

Uma testemunha declarou em investigação judicial sobre a morte da princesa Diana, no Tribunal Superior de Londres, que viu um veículo Fiat Uno branco sair do túnel da ponte d'Alma, em Paris, na noite que a princesa Diana morreu (31 de agosto de 1997), próximo à Mercedes que conduzia a princesa. Ela acrescentou que o motorista parecia não estar sob controle.

DRAMA

Avô de Maddie teme pela filha

A avó de Madeleine, me-nina inglesa desaparecida em maio, diz temer pela saúde de sua filha, mãe de "Maddie", Kate McCann, 39. Ela falou sobre o perigo de suicídio de sua filha, tida como suspeita pela desapareção da criança.

ARGENTINA ■ ESPECIALISTAS CRITICAM MANIPULAÇÃO DO AUMENTO DE PREÇOS FEITA PELO ATUAL GOVERNO

Segurar a inflação é um dos desafios de Cristina Kirchner

BUENOS AIRES - CRISTINA FERNANDEZ DE KIRCHNER COMEÇARÁ A GOVERNAR A ARGENTINA EM 10 DE NOVEMBRO.

Uma ideia mais clara de como Cristina Kirchner será presidente daqui a cerca de um mês, quando ela nomear todo seu gabinete. Por enquanto, a expectativa é de que os próximos quatro anos sejam uma continuação dos últimos quatro. No entanto, manter o crescimento da era Néstor, de cerca de 8% ao ano, porém, será bastante improvável.

O grande número de programas sociais e de transferência de renda do atual governo só foi possível graças a uma manipulação de dados que fez sobrar dinheiro na caixa da Casa Rosada. O Índice (o IBGE argentino) alterou o índice de preço ao consumidor para manter a taxa de inflação oficial em 2,9%, quando na realidade ela chegou a 10%.

Até agora a tática foi benéfica para o governo, mas ela é insustentável, garantem economistas. "Considero que o desafio fundamental é aprofundar o caminho do crescimento econômico através de novos investimentos. Para isso, precisamos de uma política macroeconômica sólida e de uma política fiscal responsável", diz o economista Fabio Rodriguez, diretor executivo da Fundação Capital, em Buenos Aires.

De acordo com Dante Sica, diretor da consultoria econômica Abcebr, Cristina manterá a política de "acordo" de preços do marido. Néstor usou o controle de preços do setor de comidas e energia como uma forma de aquecer a economia. "O governo não vai abandonar essa política. Alguns tipos de consenso com os setores empresariais e sociais terá que ser feito para negociar o valor de salário, por exemplo", diz Sica.

País dividido
Politicamente, Cristina pega um país dividido. Sua eleição foi fácil, mas há uma classe média e alta das grandes cidades que não lhe concedeu o voto. O sucesso da primeira-dama vem dos votos daqueles que querem manter os benefícios recebidos nos últimos quatro anos – os mais pobres.

Para conseguir unificar o país terá que combater problemas conhecidos dos brasileiros. Por exemplo, como diz Julio Blau, editor-chefe do jornal Clarín, um dos mais importantes da Argentina: "Dar solução às condições de crescimento e investimento, acabar com a manipulação dos índices de inflação, corrigir os abusos dos gastos públicos, lutar a cada dia e a cada hora contra a insegurança, aumentar os esforços para remover os núcleos de pobreza e marginalidade."

— BRENO BALDATT, COLUNISTA NA GAZETA DO POVO A BUENOS AIRES.

Vencedora no primeiro turno, Cristina Kirchner deve dar continuidade às políticas do marido.

DIÁRIO PORTENHO

Breno Baldatt

Coluna especial da Gazeta do Povo a Buenos Aires

Sorte aos "hermanos"!

Termina hoje a cobertura da Gazeta do Povo das eleições argentinas em Buenos Aires. Jornalistas daqui contaram no domingo, após a vitória de Cristina, que quando Raúl Alfonsín foi eleito presidente, no retorno da democracia, em 1983, mais de um milhão de pessoas se encontraram no Obelisco, o monumento símbolo da cidade, na Avenida 9 de Julho (a mais larga do mundo) para celebrar o fim do regime militar.

Que Cristina tenha usado a força e o poder do Estado para se

Jornalista Breno Baldatt, em Buenos Aires.

promover, isso não é lá muito novidade para um país latino-americano. O anacronismo político do continente também é evidente aqui. Nas viagens internacionais realizadas durante a campanha, inclusive para o Brasil, quem bancou a então primeira-dama-candidata foi a Casa Rosada (leia-se: o povo argentino). Que ela tenha sido eleita, a festa básica aumentou 20%, no primeiro semestre deste ano, dado que consultoria de pesquisas apontou que 20% da população não tinha acesso à educação e inteligência, e 20% não tinha acesso à saúde.

Sorte aos "hermanos"! E a você, leitor, fica o compromisso da Gazeta do Povo de acompanhar o governo da senhora Kirchner – e tudo o que ele implicar ao Brasil e ao Paraná.

GAZETA DO POVO 22

SARKOZY SAI IRRITADO DE ENTREVISTA NA TVÊ

O presidente francês, Nicolas Sarkozy, saiu no meio de uma entrevista ao programa "40 minutos", da emissora americana CBS, logo depois de ser questionado sobre o fim de seu casamento, e chamou seu assessor de imprensa de "imbecil". A entrevista estava sendo gravada no Palácio Eliseu, em Paris.

MAIS DO MESMO

Um dos desafios da recém-eleita Cristina Kirchner a partir de 10 de novembro será econômico: combater a inflação e a dívida pública.

CRESCIMENTO

O crescimento previsto para 2007 é de 8%, bem acima do que deve ser registrado pelos países vizinhos, mas o governo tem o desafio de garantir o pleno emprego e melhorar a distribuição de renda.

VIOLÊNCIA

De 15 milhões de habitantes do maior distrito (estado) argentino, Buenos Aires, sofrem com a insegurança, sequestros e assassinatos. O governador eleito no domingo, Daniel Scioli, foi apoiado durante a campanha pelo casal Kirchner, que deverá incentivar iniciativas de repressão ao crime.

ENERGIA

Durante o inverno, a Argentina enfrentou sério racionamento de gás, o primeiro desde a queda do governo anunciado investimentos de longo prazo, como uma unidade de "regaseificação" de gás importado da Venezuela, que deve ficar pronta em dois anos. A crise energética influi na produção, nos preços e pode frear o desenvolvimento.

CORRUÇÃO

Assim como no Brasil, o problema está entranhado na máquina pública.

INFLAÇÃO

O governo Kirchner foi acusado de manipular dados para minimizar o tamanho da inflação. De acordo com a pesquisa, a cesta básica aumentou 20% no primeiro semestre deste ano, dado que consultoria de pesquisas apontou que 20% da população não tinha acesso à educação e inteligência, e 20% não tinha acesso à saúde.

POLÍTICA

Néstor Kirchner lamentou em seu mandato políticas de direitos humanos, com o julgamento de militares e um capelão envolvidos em crimes durante a ditadura.

→ Fonte: Agências internacionais

AS ELEIÇÕES

Dos 27.070.236 eleitores inscritos, só 19.399.093 (71,6%) foram votar, o menor índice desde a redemocratização argentina, em 1983.

Resultado

Até as 17 horas (de Brasília), 96,3% das urnas tinham sido apuradas.

Candidato	Porcentagem
Cristina Kirchner	44,9%
Elisa Carrió	23%
Roberto Lavagna	16,9%
Alberto Rodríguez Sáa	8%
Brancos e nulos	6%

Mapa do Congresso

Governo ampliou a maioria no Senado e deve conseguir maioria absoluta na Câmara. Segundo projeções da Nación, a Frente para a Vitória, coligação de Cristina, passaria de 111 cadeiras atuais para 131.

Legislativo	Porcentagem
Senado	
Kirchnerismo	44
Oposição	28
Câmara	
Kirchnerismo	131
Aliados	29
Outros	97

Primeira-dama supera o marido

BUENOS AIRES - COM 96,3% DOS VOTOS CONTABILIZADOS, Cristina Kirchner venceu na noite de ontem com uma diferença de quase 22 pontos sobre a segunda colocada, Elisa Carrió (Cristina, 44,9%, Elisa Carrió, 23%). É mais do que Kirchner conseguiu ao ser eleito, mas quando comparados com outros presidentes desde o retorno da democracia, o desempenho não é assim tão espetacular. Em 1983, Raúl Alfonsín teve 52% dos votos; em 1999, Carlos Menem conseguiu 47%, e foi reeleito em 1995 com 49%. Em 1999, Fernando De la Rúa obteve 48%.

O grande eleitorado de Cristina foram as regiões mais pobres e cidades menores, onde o peronismo vem crescendo desde 1946, quando Juan Domingo Perón foi eleito presidente pela primeira vez. Na capital Buenos Aires, historicamente anti-peronista, ela fez 23,64% dos votos, treze a menos que Elisa Carrió, que ganhou 37,5% da preferência dos eleitores. Não seria uma grande surpresa, mas aparentemente o governo não gostou dos números. O chefe de gabinete, Alberto Fernández, criticou os eleitores porteños ontem pela maioria. "Eu vou continuar pedindo para a cidade (Buenos Aires) que seja parte de um país, e deixe de votar e pensar como uma ilha", afirmou Fernández.

Do total de votantes, sete em cada dez votou numa mulher – ou em Cristina ou Elisa. Sete em cada dez votou lá para um candidato peronista.

ANEXO C – MATÉRIAS UTILIZADAS PARA ANÁLISE QUALITATIVA

Pesquisas vêem educação desigual

DA SUCURSAL DO RIO

Em 2000, o pesquisador Sergei Soares já havia mostrado que a diferença salarial entre os grupos raciais era fruto principalmente do acesso desigual à educação. O trabalho de Soares detectou também que parte da diferença era explicada pela discriminação no mercado de trabalho.

Na pesquisa, Soares comparava também o diferencial salarial entre homens e mulheres. Ele mostrou que as causas da desigualdade racial são diferentes das de gênero. O estudo mostrava que 73,5% da diferença salarial entre

homens negros e brancos era fruto da qualificação diferente.

Outro estudo do Ipea que analisou a desigualdade racial foi feito em 2001 por Ricardo Henriques, hoje secretário de Educação Continuada, Alfabetização e Diversidade do Ministério da Educação.

Henriques comparou a escolaridade de negros e brancos desde 1929 e, ao constatar que não houve diminuição na distância em anos de estudo, concluiu que "as curvas parecem construídas com intencional paralelismo, descrevendo, com requinte, a inércia do padrão de discriminação racial observado em nossa sociedade".



Patrícia Dias, 33, que é vendedora, apesar de ter diploma

Administradora só obtém vaga em loja

Apesar de ter MBA, carioca é vendedora

DA SUCURSAL DORIO

A discriminação que dificilmente aparece em estatísticas foi facilmente percebida por Patrícia Dias, 33. Filha de uma enfermeira e de um porteiro, após ter se formado em administração na PUC do Rio e ter feito MBA em marketing na mesma universidade, ela ouviu de vários empregadores que não ganharia a vaga, mesmo com um bom currículo e com fluência em cinco línguas.

“Em uma das ocasiões, a pessoa que me atendeu até falou que sabia que era anti-ético dizer isso, mas disse que, por razões pessoais, eu não seria escolhida por ser negra”, diz ela.

Hoje, após ter feito carreira como modelo na Europa, ela é vendedora da loja de cosméticos canadense MAC em Ipanema, zona sul do Rio. “Eu gostaria mesmo é de estar trabalhando na área em que me especia-

lizei, mas, pelo menos, aqui encontrei um ambiente sem hostilidade. Tanto que a gerente da loja onde eu trabalhava antes também era negra”, afirma ela.

Gustavo Fagundes, diretor comercial da Brasif, distribuidora da MAC no Brasil, conta que no processo seletivo da empresa há uma preocupação de ter vendedores que representem todos os sexos, raças e idades. “Não temos nenhuma cota a ser preenchida, mas procuramos ter um grupo de vendedores que represente a diversidade da população”, diz.

Há empresas, no entanto, que são ainda mais ativas na busca de diversidade racial. É o caso da HP do Brasil, que iniciou um programa com meta de ter 5% de negros e deficientes em seus quadros.

Políticas semelhantes foram adotadas também pela IBM, Banco Real, Dupont e Camisaria Colombo.

Editor responsável: Rogério Waldriques Galindo - vidaecidadania@gazetadopovo.com.br

FAMÍLIA**Educação infantil**

Crianças do campo não têm acesso à creche

Municípios alegam falta de recursos e de demanda para garantir o direito aos menores de 6 anos

PONTA GROSSA

Maria Gizele da Silva, da sucursal

■ Apenas 3,3% das crianças paranaenses de zero a 6 anos que moram no campo estão matriculadas na educação infantil. Na média do Brasil, esse número sobe um pouco, para 13,3%. Os dados são do censo escolar de 2006 - último disponível - do Ministério da Educação. Vistas costumeiramente como um direito dos pais que trabalham e precisam ter onde deixar os filhos menores, creches e pré-escolas são, na verdade, direito das crianças. Segundo a Lei de Diretrizes e Bases, a educação infantil é um meio de promover o desenvolvimento físico, psicológico, intelectual e social da criança. Quem mora no meio rural, no entanto, tem o direito negado.

A educação infantil engloba as creches, que atendem crianças de zero a 3 anos, e as pré-escolas, que

matriculam crianças de 4 a 6 anos. Das 359.885 crianças matriculadas na educação infantil no Paraná no ano de 2006, apenas 12.203 estavam em estabelecimentos localizados na área rural. O índice é menor do que nos outros dois estados do Sul. Em Santa Catarina, por exemplo, a média de crianças matriculadas em escolas de educação infantil no meio rural era de 8,6%, enquanto que no Rio Grande do Sul, o índice era de 5,7%. No Brasil, das 7.016.095 matrículas na educação infantil, somente 933.444 estavam concentradas no campo.

De acordo com dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), mais de 3 milhões de crianças de zero a 6 anos moram no campo. Apenas 5% delas estão estudando. A falta de equipamentos no campo e a distância das escolas de suas casas dificultam a inserção.

A oferta das matrículas é essencialmente municipal nessa faixa etária. O principal argumento dos municípios para justificar números tão baixos é a falta de recursos para a construção e manutenção das escolas no meio rural. De acordo com o presidente da União dos Dirigentes Municipais de Educação (Undime) no Paraná, Carlos Eduardo Sanchez, falta verba para o investimento no setor.

Sanchez explica que desde o ano passado, os municípios podem destinar 33% do dinheiro do Fundeb (Fundo de Desenvolvimento da Educação Básica) à educação infantil e que, a partir desse ano, poderão usar até 66% no setor, para atingir a integralidade dos recursos a partir do ano que vem. "Passaremos a ter recursos, mas atualmente, o cobertor é muito pequeno para atender a todos os setores da educação", comenta Sanchez, lembrando que o contingente de crianças da zona urbana é maior e, portanto, precisa de mais investimento que no campo. "É claro que não falta vontade dos gestores em levar a educação infantil para todos, mas falta dinheiro para isso", frisa.

Necessidade

A coordenadora da Educação no Campo do governo federal, Sara Lima, afirmou que é necessário que haja políticas de atendimento às crianças da zona rural. Além de a educação infantil ser falha no campo, o ensino fundamental também apresenta os índices mais baixos de desenvolvimento na zona rural. Segundo ela, é preciso construir creches no campo mesmo que os estabelecimentos atendam números reduzidos de crianças.

"É claro que não falta vontade dos gestores em levar a educação infantil para todos, mas falta dinheiro para isso."

Carlos Eduardo Sanchez, presidente da União dos Dirigentes Municipais de Educação no Paraná.



Glória gostaria de colocar as filhas na creche, mas tem de levá-las ao trabalho de caseira: "Ainda bem que o patrão permite"

Filhos acompanham os pais no trabalho

■ Glória de Jesus Palhano tem 33 anos e mora com o marido e quatro filhos, entre 2 e 13 anos, na área rural de Ponta Grossa, nos Campos Gerais. Ela diz que gostaria de colocar as filhas Raiane, de 5 anos, e Raíssa, de 2, na creche, mas não consegue. A escola mais próxima de sua casa fica a 15 quilômetros de distância e, além disso, não há transporte disponível. As meninas acompanham a mãe no trabalho diário como caseira. "Eu faço a limpeza com elas junto, ainda bem que o patrão permite", comenta.

Sua amiga, Aline Ranthum, 19 anos, não tem a mesma "sorte". Ela não tem com quem deixar o filho

Adrian, 2, e por isso, não consegue emprego. "Eu preciso trabalhar porque estou separada, mas não tenho creche para o meu menino", completa.

Além de ser uma necessidade da família de Glória, a escola seria positiva para o desenvolvimento das filhas. "A criança fica mais esperta quando passa pela creche antes de entrar na escola. Minha filha maior, de 7 anos, ainda não sabe ler nem escrever, enquanto que a prima dela, que passou pela creche, tem a mesma idade e ajuda a minha menina a fazer as tarefas porque já conhece as letras", resume Glória.

Para a pedagoga e mestre em educação infantil Ercília Maria Angeli Teixeira de Paula, a ideia da creche e da pré-escola está muito ligada ao meio urbano. "As creches foram introduzidas no Brasil com os operários italianos na década de 20. Eles começaram a trabalhar e não tinham com quem deixar seus filhos", explica. A ausência do equipamento no meio rural deve-se, em parte, segundo a professora, à cultura das famílias de agricultores, que levam seus filhos para as lavouras, mesmo que eles estejam sendo expostos a riscos. "A educação infantil ainda está relegada a segundo plano", acrescenta. (MGS)

"Eu preciso trabalhar porque estou separada, mas não tenho creche para o meu menino."

Aline Ranthum, 19 anos, mãe de Adrian, 2.

Top 'querida de Armani' será atriz na Globo

DANIEL CASTRO

COLUNISTA DA FOLHA

Depois de uma longa negociação, que se arrasta desde o início do ano, a modelo internacional Letícia Birkheuer, 26, uma das cinco brasileiras mais top, assina nos próximos dias contrato com a Globo para atuar em "Belíssima", próxima novela das oito, que terá a moda como pano de fundo.

Na trama de Silvio de Abreu, Letícia será Diana, filha de Júlia (Glória Pires). Rica e linda, ela entra na história na quarta semana, vinda de Londres, onde estudava. É bisneta de Bia (Fernanda Montenegro) e neta da mítica personagem que dá título à novela, que era uma modelo bela. A vilã Bia detesta a neta Júlia e a culpa pela morte da "belíssima". Usará a bis-

neta para jogar contra a neta.

Letícia, que fez dois testes, só foi definida como a intérprete de Diana anteontem. Era o último nome que faltava no elenco de "Belíssima". A top, inicialmente, faria pontas como modelo, mas agradou nos testes. Identificada como talentosa por diretores da Globo, ela decidiu deixar contratos internacionais de moda e investir na carreira de atriz.

A modelo gaúcha mora em Nova York há cinco anos e pretende se casar no ano que vem, o que influenciou em sua decisão de tentar ser atriz. É considerada a top "preferida" de Giorgio Armani. Já desfilou ou fez campanhas para os principais nomes da moda, como Dior, Chanel, Vuitton e Versace. Sua empresária é Monica Monteiro, a mesma de Gisele Bündchen.

Entrevista

Vilã com
pinta de
mocinha

Ashley Tisdale conquistou o público com a afetada Sharpay, um dos destaques da série de filmes HSM. Na vida real, a artista é o oposto da apimentada aluna da East High School

Cristiano Luiz Freitas

Quem já conferiu a estreia nos cinemas de *High School Musical 3: Ano da Formatura* - destaque nas salas de exibição neste fim de semana - com certeza percebeu que a mandona, exagerada e poderosa Sharpay Evans ainda pode aprontar muita confusão na East High School. Se o terceiro longa dá a entender que Zac Efron, Vanessa Hudgens, Corbin Bleu e Lucas Grabeel penduraram as chuteiras, por outro lado ele deixa várias brechas para um possível retorno em grande estilo da personagem de Ashley Michelle Tisdale, 23 anos.

Sem dúvida alguma, a atriz e cantora foi uma das grandes surpresas da trilogia musical dirigida por Kenny Ortega. Para ela, *HSM* foi transformador. "Eu tinha 19 anos quando fiz o primeiro filme e eu mudei e cresci. Aliás, todos nós. Mas eu continuo uma pessoa normal quando não estou trabalhando. Eu gosto de sair com a minha família e amigos, ir ao cine-

ma, sair para jantar e fazer compras. Sou um pouco paradona, eu acho (risos). Não fumo, não bebo e não gosto muito de boates", revela a artista, em entrevista exclusiva à *Gazetinha*.

Apesar de todas as maldades e do comportamento mandão de Sharpay, o fato é que ela está na lista dos mais queridos personagens de *High School Musical*. A explicação, para a atriz, é simples: é a figura que o público adora odiar. "Quando assisto à tevê, fico sempre interessada nos vilões e acho que os jovens acham interessante alguém que é o oposto deles. Todos nós já conhecemos uma Sharpay na vida real, não é?", resume Ashley.

Tis, ou Miss Tis, forma carinhosa como a atriz é chamada pelos amigos de *HSM*, chega na reta final do ano com projetos bacanas. Além do filme, seu segundo CD de carreira deve chegar às lojas no início de 2009. Apaixonada pela profissão, Ashley sabe que *HSM* vai deixar muita saudade. "Vai ser um monte de lágrimas! Nós amamos uns aos outros e nos divertimos muito fazendo esse filme. Somos uma grande família. Vai ser duro!", garante a atriz, que revela o momento mais marcante de todos esses trabalhos: "Quando filmamos 'We're All in This Together' no primeiro filme. Nós tínhamos trabalhado duro e queríamos que tudo saísse perfeito e Kenny (diretor Kenny Ortega) nos incentivou dizendo: 'Vocês sabem os passos, então, dançam com o coração.' E foi o que fizemos. Um sentimento maravilhoso veio de dentro de nós e eu e Monique (Coleman) choramos muito no meio da coreografia. Você pode sentir esse momento quando vê o filme. Foi um momento abençoado", finaliza.

35 ANOS



Sharpay e Ryan (Lucas Grabeel) em cena de *HSM 3*; manos garantem momentos hilários no filme.

Poder público

Cresce participação das mulheres

O número de prefeitas no Paraná passará de 24 para 31 a partir de janeiro de 2009, mas a proporção em relação às cidades governadas por homens ainda é pequena

PONTA GROSSA

Katia Breitenbach, da sucursal

A quantidade de mulheres que ganharam a disputa pelas prefeituras paranaenses aumentou 29% em relação à eleição anterior. Atualmente, são 24 prefeitas e, a partir do ano que vem, serão 31. Na prática, 100 mil pessoas a mais passaram a ter uma prefeita. Mas, a proporção feminina nos cargos majoritários municipais no Paraná ainda é muito baixa. Dentre as 26 unidades da federação, o estado fica em 20º lugar. De cada 13 prefeitos paranaenses eleitos, apenas 1 era mulher. Contudo, as que já conquistaram um cargo tiveram mais eficiência do que os homens nas suas funções. Enquanto o índice geral de reeleição ficou em 44% no Paraná, 13 das 24 prefeitas conseguiram se manter no cargo: 55% de reeleição.

Nunca, no Paraná, uma grande

cidade foi administrada por uma mulher. O maior município comandado por uma prefeita é Santo Antônio da Platina, com 40 mil moradores. De acordo com os dados da Justiça Eleitoral, as eleitas são médicas, professoras, donas de casa, em sua maioria. As eleitas têm idades entre 29 e 61 anos. Mais da metade delas tem curso universitário e 90% ao menos ensino médio completo.

No Brasil, aproximadamente 500 mulheres foram eleitas prefeitas no primeiro turno. Elas representam 9% do total de chefes do Executivo no país. Há sinal de uma evolução nos números. Em 2004, o percentual de prefeitas foi de 7,32%, contra 5,32% registrado no pleito de 2000. Parece um avanço, mas uma estimativa da Organização das Nações Unidas aponta que, nesse ritmo, ainda vai levar mais de 100 anos

para que as mulheres tenham o mesmo espaço que os homens. A antropóloga Delaine Costa, que coordena o Programa de Gênero e Políticas Públicas do Instituto Brasileiro de Administração Municipal, destaca que as mulheres são a maioria entre o eleitorado, mas não são representadas na mesma proporção.

Patrícia Rangel, cientista política do Centro Feminista de Estudos e Assessoria, lembra que o Nordeste é conhecido como machista e o Sul progressista, mas os estados com menor proporção de eleitas são do Sul. Para ela, é um indicio de que o desenvolvimento humano não tem relação com o voto em mulheres. "Em lugares onde a competição costuma ser menos acirrada, as mulheres conseguem espaço. Mas as barreiras continuam muito fortes e

elas não conseguem avançar muito", destaca.

Patrícia salienta que os números de candidaturas mostram que a lei da cota – que determina que ao menos 30% dos inscritos sejam mulheres – não é cumprida. Para ela, o desrespeito à legislação se deve à impunidade, já que os partidos que não obedecem à proporção não sofrem sanções. Mas a pesquisadora elenca motivos para que a mulher receba mais atenção dos eleitores. Os números da Justiça Eleitoral mostram que o grau de instrução das candidatas é muito maior.

"No Brasil, as desigualdades de gênero em todos os âmbitos definitivamente persistem", afirma. Para Patrícia, fatores que contribuem para a sub-representação feminina são inúmeros e interagem entre si de forma tão complexa que fica quase impossível distingui-los. Mas, de forma geral, o próprio sistema político, a forma de recrutamento de candidatos e de organização partidária, além de aspectos culturais, acabam barrando a participação feminina efetiva. "A primeira barreira já aparece em casa. Em uma sociedade enraizada em valores excludentes, a educação acaba sendo contaminada pelo sexismo ainda na mais tenra infância. Em geral, as meninas crescem condicionadas a pensar que são diferentes dos meninos, que não têm as mesmas qualidades, que não podem se envolver em certos tipos de atividades ditas masculinas", declara.

MAIS, PORÉM AINDA POUCAS

O número de cidades administradas por mulheres subirá em 2009. Mas são municípios pequenos, com média de 12,5 mil habitantes.



EFICIENTES

Enquanto o índice geral de reeleição no Paraná foi de 44%, entre as mulheres chegou a 55%.

Eleitas	
1 Alto Paredão	Dona Cida
2 Bocaina do Sul	Professora Lucimere
3 Cambira	Nenya Bellini
4 Campina da Lagoa	Celia Cabreira
5 Diamante do Oeste	Ines
6 Guaiçara	Jane do Xirinha
7 Guaratuba	Everaldo Justus
8 Jussara	Luciana
9 Leopoldina	Professora Clea
10 Maripá	Jacira Quirino Alves
11 Nova Tebas	Professora Heloisa
12 Santa Helena	Rita Schmidt
13 Santa Tereza de Anápolis	Ana
14 Santo Antônio da Platina	Dra. Maria Ana
15 Sapporanga	Dona Vera
16 São Jorge do Oeste	Leila Rocha
17 São Pedro do Ivaí	Regina
18 Vermed	Lenita

Reeleitas	
19 Assis	Baila
20 Chateaubriand	
21 Centenario do Sul	Vera Pazzotti
22 Foz de Iguaçu	Cina Cardoso
23 Florida	Nena Leon
24 Jacarezinho	Tina Tonetti
25 Juruena	Leila
26 Nova Esperança	Ela
27 Ouro Verde do Oeste	Cleuice
28 Prato Bragado	Normilda Rosinski
29 Quatzenberg do Norte	Era. Rose
30 Santa Mariana	Crista Basso
31 Terra Boa	Vera Zanatta

Fonte: TSE

Infográfico: Gerson do Povo

"Em lugares onde a competição costuma ser menos acirrada, as mulheres conseguem espaço. Mas as barreiras continuam muito fortes e elas não conseguem avançar muito."

Patrícia Rangel, cientista política do Centro Feminista de Estudos e Assessoria

Cidades repetem experiência feminina

■ Em Flórida, cidade com 2,4 mil habitantes no Norte do estado, os eleitores não tinham dúvida de que uma mulher seria eleita. Havia apenas duas candidatas inscritas. E levou a melhor a atual prefeita, Maria Aparecida Pirani Leoni (PMDB). "A prova que não há preconceito é de que fui eleita de novo", diz. Nena, como é conhecida, era professora e diretora escolar e acredita que saber gerenciar é tanto para homens como para mulheres. Começou na vida política como vereadora. "A grande sensibilidade da mulher faz diferença", avalia. Para ela, as políticas se destacam porque as mulheres sabem conciliar, aprendem a fazer jornada dupla e se colocam mais à disposição das pessoas. "Mulher faz política com amor", define. Nena recusa a máxima de que as eleitoras não votam em candidatas. "Aqui o produto foi testado e aprovado. E mulher gosta disso, de experimentar."

A população de São Pedro do Ivaí, no Norte do Paraná, também provou que não tem preconceito: tinha uma prefeita e agora elegeu outra. Maria Regina Della Rosa (DEM) vai substituir Cristiane Bento Zulian (PMDB) no comando da cidade de 9,5 mil habitantes. Regina começou na política por influência

de uma professora de História, que incentivava o envolvimento em causas sociais. Logo ela se filiou ao PMDB jovem e se envolveu em campanhas políticas.

Casada e com dois filhos, pós-graduada em agronegócio, Regina garante que tem o apoio da família na nova empreitada. "Mas não posso mentir. Notei que há resistência à mulher, sim", diz. Ela evita comparações de gênero para dizer quem administra melhor. Regina prefere dizer que se trata de uma questão de competência e confiança. "Homens e mulheres são diferentes nos detalhes. As mulheres tendem a serem criativas na busca de soluções e na tentativa de resolver conflitos", aponta. A nova prefeita de São Pedro de Ivaí também faz questão de lembrar que as mulheres políticas são conhecidas pela honestidade. (KB)

INTERATIVIDADE

Por que a mulher não consegue ampliar a participação na política?

escreva para

leitor@gazetadopovo.com.br

As cartas selecionadas serão publicadas na Coluna do Leitor.

"Homens e mulheres são diferentes nos detalhes. As mulheres tendem a serem criativas na busca de soluções e na tentativa de resolver conflitos."

Maria Regina Della Rosa (DEM), prefeita eleita de São Pedro do Ivaí.



Maria Regina Della Rosa (DEM) comemora vitória em São Pedro do Ivaí: uma mulher substitui outra na prefeitura.

Sobrenome e força masculina pesam na escolha dos eleitores

■ Além de serem minoria, as mulheres muitas vezes só são eleitas por influência do sobrenome e da força política de pais, irmãos e maridos. O Paraná chegou a ter uma vice-governadora, Emilia Belinati. A maior cidade do Brasil, São Paulo, já foi comandada por mulheres, Marta Suplicy e Luíza Erondina. Governadoras, como Rosinha Garotinho e Roseana Sarney – que chegou a ter nome cogitado para a presidência da República – também deixaram marcas femininas na administração pública. Em escala global, mulheres também se destacam. Hilary Clinton quase conseguiu a indicação do partido democrata para concorrer ao cargo mais poderoso do mundo. Cristina Kirchner, Michelle Bachelet e Angela Merkel presidem a Argentina, o Chile e a Alemanha, respectivamente, e exercem influência continental. Na maioria dos casos citados aqui, a ligação com homens políticos está presente.

Além do padrão familiar – que ajudou a eleger muitas prefeitas no estado, algumas que saíram candidatas inclusive porque os maridos tiveram a candidatura impugnada –, há os casos de mulheres que se tornam políticas pelo envolvimento com movimentos sociais, como da ministra Dilma Rousseff ou da ex-ministra Marina Silva, e aquelas que acabam, por dever de ofício, se relacionando com um grande número de pessoas. São médicas, assistentes sociais e professoras, que são muito conhecidas e contam com o respeito da comunidade em que vivem. (KB)



Candidata do PSol critica postura de Lula.

Heloísa diz que PT faz "molecagem"

MACEIÓ, AL - NO ENCERRAMENTO DE SUA CAMPANHA ELEITORAL NO NORDESTE, A SENADORA HELOÍSA HELENA, candidata à Presidência da República pelo PSol, acusou o governo federal de estar ocultando do povo brasileiro informações sobre a origem do dinheiro que seria usado para pagamento do dossiê contra os tucanos. "A afirmação de Lula de que não sabia de nada apenas reflete a sua velha molecagem cínica e eleitoreira, como ele já fez diante de outros casos, tanto ou mais escandalosos do que esse", disse a candidata.

"Projeto de poder"

Ela também atacou o partido do presidente, o PT, afirmando que há muito tempo deixou de ser uma organização partidária, tendo se transformado numa

organização criminosa, capaz de qualquer coisa contra quem ameça seu projeto de poder.

A senadora argumentou, ao falar sobre ocultamento de informações referente ao dinheiro do dossiê, que as leis em vigor no País permitem detectar movimentações fora da rotina em contas bancárias. "Qualquer movimentação atípica deve ser imediatamente comunicada pelo gerente do banco ao Cofaf (Conselho de Controle de Atividades Financeiras), que comunica à Polícia Federal, ao Ministério Público e ao Banco Central", afirmou a candidata.

"Todo mundo já sabe - menos nós aqui e o povo brasileiro - quem sacou e quem provisionou as contas", disse a senadora do PSol.

Ex-policial ameaça reeleição de senador

Cristina Almeida tem 40% de votos para o Senado

ELIANE CANTANHÊDE
COLUNISTA DA FOLHA

Mulher, negra, ex-policial militar e pela primeira vez concorrendo a uma eleição, Cristina Almeida, 40, é candidata ao Senado pelo PSB no Amapá e ganha notoriedade nacional ao ameaçar a reeleição de um dos grandes caciques políticos do país, o ex-presidente José Sarney (PMDB), 76.

Ele já foi deputado, governador, presidente (1985-1990) e disputa o terceiro mandato de senador pelo Estado, função que exerce há 16 anos (eleito em 1990 e 1998), apesar de ter nascido e construído sua carreira no Maranhão, onde a filha, a senadora Roseana, hoje disputa com folga um terceiro mandato de governadora.

Em maio, o Ibope dava 50 pontos de vantagem a Sarney. Ele tinha 58%, e ela, 8%. Mas, nas últimas rodadas, a diferença era de 7 pontos (47% contra 40%). O ex-presidente enfrenta 37% de rejeição, resultado de campanha de Cristina, que se refere ao maranhense como "forasteiro". Provoca, ironicamente: "Por que o Maranhão tem quatro senadores e o Amapá só dois?". Cada Estado tem três senadores. Ao deixar o Planalto, Sarney foi disputar pelo Amapá, Estado menor, onde não tinha inimigos.

O Amapá é um ex-território que virou Estado em 1988, com economia pobre, centrada na extração de borracha e castanha. A Folha ouviu os dois candidatos por telefone, em conversas separadas e gravadas.



Cristina Almeida (PSB) participa de uma caminhada no Amapá

CRISTINA ALMEIDA

'Ele, em vez de trazer benefícios para cá, leva para o Maranhão'

DA SUCURSAL DE BRASÍLIA

FOLHA - Quem é a senhora?

CRISTINA ALMEIDA - Sou filha de agricultores do município de Itauba, tenho sete irmãos e mais seis adotivos. Sou uma das menores, já nasci em Macapá. Sempre estudei em escola pública, como as pessoas pobres desse país. Me formei em administração em Belém, voltei, fiz o primeiro concurso que apareceu e passei, virei policial militar em 1989. Depois, fiz outro concurso, larguei a farda e hoje sou administradora legislativa da Assembleia Legislativa.

FOLHA - É sua primeira eleição?

CRISTINA - É, é a primeira vez que concorro, mas sou militante do PSB há mais de seis anos e sempre assessoriei políticos. Fui logo para um cargo majoritário porque sempre me angustiei, como amapaense, em saber que todas as unidades da Federação têm três senadores, menos o meu Estado. O Maranhão tem quatro senadores, e o Amapá, dois. A seção feminina do meu partido foi muito atuante, me escolheu, e o partido decidiu lançar um candidato majoritário do sexo masculino, para o governo, e outro do sexo feminino, para o Senado, que fui eu. Foi o grande motivo.

FOLHA - Não é uma disputa inglória, contra um ex-presidente?

CRISTINA - Estou muito confiante desde o início, porque comecei a perceber um crescimento muito rápido, que me deu estímulo dentro e fora do partido. É um fator muito importante é o índice de rejeição do meu adversário, porque ele, em vez de trazer benefícios para cá, leva para o Maranhão.

FOLHA - Não é o que ele diz. É a universidade federal, a ponte binacional, a energia elétrica?

CRISTINA - A Universidade Federal do Amapá já existe há 16 anos, mas nós só temos 14 cursos de graduação, e dois são recentes, porque um senador que está há anos lá em Brasília só conseguiu ampliar dois cursos.

Por que não ampliar um curso por ano? Nós somos um dos Estados mais preservados do Norte, mas cadê um curso de engenharia florestal? Temos muito minério, cadê o curso de geologia? Cadê o curso de medicina? No Estado de Roraima, criado no mesmo dia do Amapá, eles têm uns 30 cursos. E eles não tiveram um ex-presidente lá. Nós somos um Estado isolado, onde você só entra e sai de navio ou de avião. Isso dificulta muito a vinda de indústrias para cá. Nós precisamos de um porto de grande porte. Você acredita nisso? Tudo vai para o Maranhão.

FOLHA - Dai esse movimento "Xô Sarney" na internet?

CRISTINA - Quando as pessoas dizem isso, "fora Sarney", "volta pra casa", principalmente nos comícios, eu critico e digo o contrário: "Não, o Sarney nunca veio aqui, ele já é de fora". Queremos é respeito ao Estado.

FOLHA - Seus ídolos na política?

CRISTINA - Na política nacional, desde jovem, desde estudante, sempre tive o sonho de colocar o Lula na Presidência. Como mulher guerreira da Amazônia, temos a nossa Marina Silva, e aqui no Estado temos o nosso grande líder que é o João Capiberibe, candidato a governador.

FOLHA - O Sarney é um dos aliados mais de Lula em Brasília. Como é que vocês dividem o Lula no Estado?

CRISTINA - O partido recebeu aqui no Amapá o coordenador geral da campanha do Lula para a região Norte, o governador do Acre, Jorge Viana, que veio prestar apoio ao nosso palanque. A gente entendeu a mensagem. O que está em jogo não são os partidos, as alianças: é a vida das pessoas. É isso o que nos interessa, saber o que é melhor para o nosso Estado e o nosso país. Acho que o Lula não teve outra alternativa, mesmo sabendo de toda a trajetória do meu adversário, que é uma pessoa que pressiona, que vai para cima. Eu só tenho a lamentar

Todas as unidades da Federação têm 3 senadores, menos o meu Estado. O Maranhão tem 4 senadores, e o Amapá, 2

Ele, em vez de trazer benefícios para cá, leva para o Maranhão

Acho ele [Sarney] covarde pelo que tem feito no nosso Estado, impedindo que as pessoas se manifestem, decidam, escolham o que é melhor para elas. É uma luta, e nós estamos preparados para ganhar ou perder

esse apoio do Lula a ele.

FOLHA - E o PT do Amapá?

CRISTINA - Está muito dividido. A presidente do PT [Dalva Figueiredo] apoia o PDT e tem cargo no governo pedetista, que nunca apoiou o Lula. O prefeito de Macapá [João Henrique] filiou a mulher dele no PPS e a apoia para deputado federal, contra a presidente do partido dele. E há a terceira facção, que é o lado bom do PT.

FOLHA - Essa crise do dossiê está interferindo no Amapá?

CRISTINA - É impressionante como isso não chega aqui. As pessoas não conseguem enxergar o Lula metido nisso, tendo algum envolvimento em todas essas coisas que estão acontecendo. Aqui, não afeta.

FOLHA - E a senhora, o que acha?

CRISTINA - Eu entrego tudo na mão da Justiça.

FOLHA - Como define Sarney?

CRISTINA - Acho ele covarde pelo que tem feito no nosso Estado, impedindo que as pessoas se manifestem, decidam, escolham o que é melhor para elas. É uma luta, e nós estamos preparados para ganhar ou perder.

Primeira-dama supera o marido

BUENOS AIRES – COM 96,3% DOS VOTOS CONTABILIZADOS, Cristina Kirchner venceu na noite de ontem com uma diferença de quase 22 pontos sobre a segunda colocada, Elisa Carrió (Cristina, 44,9%, Elisa 23%). É mais do que Kirchner conseguiu ao ser eleito, mas quando comparados com outros presidentes desde o retorno da democracia, o desempenho não é assim tão espetacular. Em 1983, Raúl Alfonsín teve 52% dos votos; em 1989, Carlos Menem conseguiu 47%, e foi reeleito em 1995 com 49%. Em 1999, Fernando De la Rúa obteve 48%.

O grande eleitorado de Cristina foram as regiões mais pobres e cidades menores, onde o peronismo vem crescendo des-

de 1946, quando Juan Domingo Perón foi eleito presidente pela primeira vez. Na capital Buenos Aires, historicamente anti-peronista, ela fez 23,64% dos votos, treze a menos que Elisa Carrió, que ganhou 37,5% da preferência dos eleitores. Não seria uma grande surpresa, mas aparentemente o governo não gostou dos números. O chefe de gabinete, Alberto Fernández, criticou os eleitores portenhos ontem pela manhã. "Eu vou continuar pedindo para a cidade (Buenos Aires) que seja parte de um país, e deixe de votar e pensar como uma ilha", afirmou Fernández.

Do total de votantes, sete em cada dez votou numa mulher – ou em Cristina ou Elisa. Sete em cada dez votos foi para um candidato peronista.

ARGENTINA ■ ESPECIALISTAS CRITICAM MANIPULAÇÃO DO AUMENTO DE PREÇOS FEITA PELO ATUAL GOVERNO

Segurar a inflação é um dos desafios de Cristina Kirchner

BUENOS AIRES — CRISTINA FERNANDEZ DE KIRCHNER COMEÇARÁ A GOVERNAR A ARGENTINA no próximo dia 10 de dezembro. No domingo, ela fez história aqui ao se tornar a primeira mulher eleita no país. A reportagem da Gazeta do Povo ouviu especialistas para saber o que se pode esperar do novo — "pero no mucho" — governo.

Uma idéia mais clara de como Cristina irá presidir só será possível daqui a cerca de um mês, quando ela nomear todo seu gabinete. Por enquanto, a expectativa é de que os próximos quatro anos sejam uma continuação dos últimos quatro. No entanto, manter o crescimento da era Néstor, de cerca de 8% ao ano, porém, será bastante improvável.

O grande número de programas sociais e de transferência de renda do atual governo só foi possível graças a uma manipulação de dados que fez sobrar dinheiro no caixa da Casa Rosada. O Indec (o IBGE argentino) alterou o índice de preço ao consumidor para manter a taxa de inflação oficial baixa. Economistas independentes garantem que o número chega a 20% em algumas regiões do país, mas oficialmente o aumento geral dos preços é de 8%. É baseado nesse índice que o governo corrige os vencimentos da dívida pública.

Crescimento

Até agora a tática foi benéfica para o governo, mas ela é insustentável, garantem economistas. "Considero que o desafio fundamental é aprofundar o caminho do crescimento econômico atraindo novos investimentos. Para isso é preciso reforçar o plano antiinflacionário, utilizando diferentes recursos da política macroeconômica, fundamentalmente fiscal e moderando a política distributiva", diz o economista Fabio Rodriguez, diretor-executivo da Fundação Capital, em Buenos Aires.

De acordo com Dante Sica, diretor da consultoria econômica Abeceb.com, Cristina manterá a política de "acordo" de preços do marido. Néstor usou o controle de preços do setor de comidas e energia como uma forma de aquecer a economia. "O governo não vai abandonar essa política. Algum tipo de consenso com os setores empresariais e sociais terá que ser feito para negociar o valor de salário, por exemplo", diz Sica.



Vencedora no primeiro turno, Cristina Kirchner deve dar continuidade às políticas do marido.

País dividido

Politicamente, Cristina pega um país dividido. Sua eleição foi fácil, mas há uma classe média e alta das grandes cidades que não lhe concedeu o voto. O sucesso da primeira-dama vem dos votos daqueles que querem manter os benefícios recebidos nos últimos quatro anos — os mais pobres.

Para conseguir unificar o país terá que combater problemas conhecidos dos brasileiros. Por exemplo, como diz Julio Blanck, editor-chefe do jornal Clarín, um dos mais importantes da Argentina: "Dar solidez às condições de crescimento e investimento, acabar com a manipulação dos índices de inflação, corrigir os abusos dos gastos públicos, lutar a cada dia e a cada hora contra a insegurança, aumentar os esforços para remover os núcleos de pobreza e marginalidade."

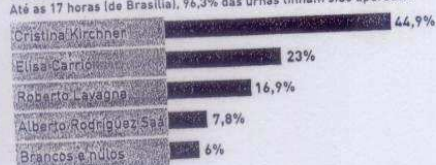
— BRUNO BALDRATI, ENVIADO DA GAZETA DO POVO A BUENOS AIRES.

AS ELEIÇÕES

Dos 27.090.236 eleitores inscritos, só 19.399.093 (71,6%) foram votar, o menor índice desde a redemocratização argentina, em 1983.

Resultado

Até as 17 horas (de Brasília), 96,3% das urnas tinham sido apuradas.



Mapa do Congresso

Governo ampliou a maioria no Senado e deve conseguir maioria absoluta na Câmara. Segundo projeção de La Nación, a Frente para a Vitória, coligação de Cristina, passaria das 111 cadeiras atuais para 131.



12 GAZETA DO POVO

OPINIÃO

Quarta-feira, 3 de agosto de 2005

Aborto, um projeto polêmico

Ensurdecida pelo burburinho da atual crise política, dá seus primeiros passos para eventualmente tornar-se lei uma polêmica iniciativa do governo federal, com certeza destinada a agitar a atenção e a consciência de tantos quantos valorizam a vida humana. Trata-se de uma proposta de projeto de lei que pretende descriminar a prática do aborto no país, cujo texto foi finalizado e aprovado na última segunda-feira por uma comissão coordenada pela Secretaria Especial de Políticas para Mulheres, diretamente vinculada ao Palácio do Planalto. A próxima etapa será o encaminhamento do projeto para a deliberação final do Congresso Nacional.

A proposta do governo prevê que a rede pública de saúde e os planos de saúde devem obrigatoriamente disponibilizar procedimentos médicos destinados a atender ao desejo de mulheres interessadas em interromper a gravidez. Com isso, liberar-se-á a prática do aborto no Brasil, mantendo-a como crime suscetível de pena somente os casos em que for cometido contra a vontade da gestante. Estabelecem-se

poucas condições para que a solicitação voluntária de aborto não seja atendido pelas clínicas médicas – a de que a gestação não tenha atingido as 12 semanas, e 20 semanas quando a gravidez for fruto de violência sexual, ou a critério médico na hipótese de malformação do feto ou quando há risco de morte para a gestante.

Registre-se que, na sessão de aprovação dessa proposta, os componentes da comissão que a elaboraram teriam chorado de emoção. Comemorou-se, ali, o coroamento, segundo o pronunciamento da ministra Nilcéa Freire, secretária especial de Políticas para Mulheres, de uma luta histórica travada pelos grupos feministas. O novo ministro da Saúde, Saraiva Felipe, por sua vez afirmou que não trabalhará contra a aprovação da lei e nem colocará empecilhos à sua ampla aplicação no âmbito dos serviços públicos de saúde.

Como se vê, trata-se de uma proposta de legislação das mais liberais, até mesmo se comparada às existentes em outros países que pioneiramente introduziram em seus códigos a descriminação do aborto. Por isso

mesmo não será fácil sua tramitação no Congresso Nacional, formado majoritariamente por parlamentares que, em tese, devem representar a consciência nacional, tradicionalmente contrária à facilitação do aborto e às agressões à vida.

Aliás, esta é a grande questão – a vida – que se encontra no centro do longo debate que está por vir. A discussão se travará entre os que consideram que o embrião e o feto não se

caracterizam ainda como vida e que, portanto, não sendo crime, podem ser descartados por um simples ato de vontade das que os carregam no ventre e com custos suportados pelo

Estado. Mas há os que defendem, com o apoio da melhor Ciência – com a qual não nos é dado discordar –, que o desenvolvimento humano começa na fertilização do ovo. Como bem esclarece a médica Alice Teixeira Ferreira, do Núcleo de Bioética da Universidade Federal de São Paulo, todos os estudos científicos afirmam que "o desenvolvimento humano é a expressão do fluxo irreversível de eventos biológicos ao longo do tempo que só para com a morte." E prossegue lucidamente: "O ser humano, desde ovo até o final da vida, passa por diversas fases de desenvolvimento, mas, em todas elas, é o mesmo indivíduo que, continuamente, se autoconstrói e se auto-organiza".

Aceita esta tese, a de que a vida humana se inicia no momento da fecundação, que a todos – e principalmente à Ciência moderna – se afigura absolutamente incontestável, a proposta de descriminar o aborto aproxima-se da legalização do homicídio. Algo, portanto, com que as consciências mais sãs e bem formadas precisam se posicionar contrariamente.

*A proposta de
descriminar o aborto
aproxima-se da
legalização do homicídio.
Algo, portanto, com que
as consciências mais
sãs e bem formadas
precisam se posicionar
contrariamente*

Violência contra a mulher: uma lei necessária

NILCÉA FREIRE

Ester Grinspum

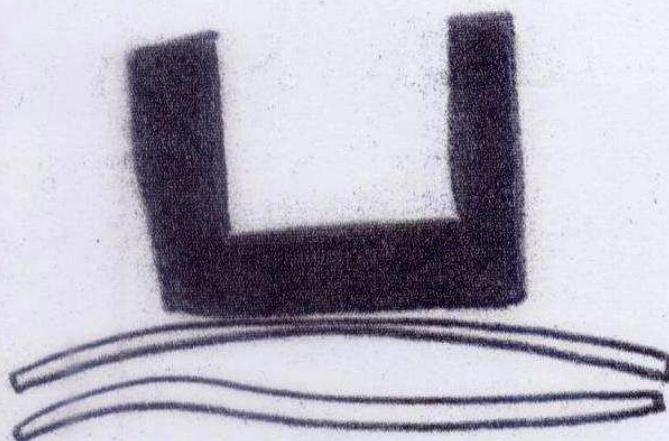
A PARTIR desta semana, o Brasil passa a contar com uma lei específica para coibir a violência doméstica e familiar contra a mulher. A lei aprovada pelo Congresso Nacional e que amanhã será sancionada pelo presidente da República dá cumprimento, finalmente, à Convenção para Punir, Prevenir e Erradicar a Violência contra a Mulher, da OEA, e à Convenção de Belém do Pará, ratificada pelo Estado brasileiro há 11 anos. O Brasil é o 18º país da América Latina a ter uma lei dessa natureza.

Pesquisa realizada pela OMS (Organização Mundial da Saúde) em dez países sobre o impacto da violência contra a mulher sobre sua saúde, divulgada em 2005, revela que, no Brasil, somente na capital de São Paulo, 27% das mulheres (quase um terço) já foram agredidas fisicamente por seus parceiros ou ex-parceiros. Na Zona da Mata, em Pernambuco, esse percentual sobe para 34%.

Levantamento realizado nas Delegacias Especializadas de Atendimento à Mulher (Deams) apurou que no ano de 2005, apenas nas capitais brasileiras, houve cerca de 55 mil registros de ocorrências. O índice salta para 160.824 se consideradas as demais cidades. Esses dados, todavia, tornam-se ainda mais significativos por corresponderem a apenas 27% das Deams existentes e pelo fato de um número significativamente alto de mulheres não recorrer à autoridade policial por medo, vergonha e falta de crença na eficácia de sua denúncia.

A violência doméstica e familiar contra a mulher é a expressão mais perversa do desequilíbrio de poder entre homens e mulheres e é, ainda hoje, um grave problema mundial. No seu rastro, estão índices expressivos de absenteísmo ao trabalho, a feminização da Aids e o baixo aproveitamento escolar de crianças que presenciam a violência.

"Naturalizada" por séculos de cultura patriarcal e machista, a violência contra a mulher se configurou como questão pública, rompendo os limites estabelecidos pelas quatro paredes do lar por meio das vozes de milhares de mulheres que resolveram, há cerca de 30 anos, não mais se calar. Rupturas culturais são desoladoramente lentas, requerem mudanças de atitude nos lares e sociedades, nos marcos legais e institucionais.



A violência doméstica e familiar contra a mulher é a expressão mais perversa do desequilíbrio de poder entre homens e mulheres

Somando-se às questões de natureza cultural — e também como sua consequência —, a inexistência de uma legislação específica vem garantindo a impunidade dos agressores. Situações que começaram como uma ameaça evoluíram muitas vezes para assassinatos sem que qualquer intervenção pudesse ser ou fosse feita para evitá-lo.

A nova lei altera o Código Penal e possibilita que os agressores sejam presos em flagrante ou tenham sua prisão preventiva decretada quando ameaçarem a integridade física da mulher. Acaba o pagamento de multas ou cestas básicas. A violência doméstica é tipificada como uma das formas de violação dos direitos humanos. Esses crimes passam a ser julgados em varas criminais até a instituição dos Juizados de Violência Doméstica e Familiar contra a Mulher no âmbito dos Estados.

A lei prevê, ainda, inéditas medidas de proteção para a mulher que corre

risco de vida, como o afastamento do agressor do domicílio e a proibição de sua aproximação física da mulher agredida e dos filhos.

O texto legal com que passamos a contar passou por um longo processo de discussão e maturação. Originado em proposta elaborada por um consórcio de ONGs, foi discutido e reformulado por um grupo de trabalho interministerial, coordenado pela Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres, e enviado pelo governo federal ao Congresso Nacional.

Por meio da relatoria do projeto de lei, foram realizadas audiências públicas em Assembleias Legislativas das cinco regiões do país ao longo de 2005. As audiências contaram com intensa participação de entidades da sociedade civil.

O produto desse processo foi um substitutivo acordado entre a relatoria, o consórcio de ONGs e o Executivo federal. Em dezembro de 2005, o projeto foi aprovado na Câmara dos Deputados e, em julho de 2006, no Senado Federal. Por unanimidade.

"Toda mulher tem direito a uma vida livre de violência". Esse é o nosso desejo, e esse deve ser o nosso compromisso.

NILCÉA FREIRE, médica, é ministra da Secretaria Especial de Políticas para as Mulheres da Presidência da República. Foi reitora da Uerj (Universidade Estadual do Rio de Janeiro) de 2000 a 2003.

Lula elenca medidas para ampliar acesso ao aborto, mas evita palavra

FÁBIO ZANINI
DA SUCURSAL DE BRASÍLIA

Mirando no eleitorado feminino, que lhe é tradicionalmente mais refratário, o presidente Luiz Inácio Lula da Silva elencou ontem uma série de promessas para um eventual segundo mandato, incluindo a adoção de medidas para ampliar o acesso ao aborto.

Em uma crítica sutil à influência da Igreja Católica e de alguns grupos evangélicos nesse debate, o caderno temático "Compromisso com as Mulheres", divulgado em Brasília, diz que a discussão sobre direitos das mulheres não deve ser pausada por "crença ou religião".

As mulheres representam mais da metade do eleitorado brasileiro e têm uma dificuldade histórica em votar em Lula que gerações de petistas já tentaram explicar, sem sucesso. Na pesquisa Datafolha de sábado, por exemplo, Lula teve 46% das intenções de voto entre as mulheres, ante 49% do total.

Lula, em 22 páginas, promete políticas específicas de geração de empregos e segurança alimentar para as mulheres, todas genéricas. Também capitaliza a aprovação da chamada Lei Maria da Penha, que se destina a coibir a violência doméstica.

No tópico sobre direitos reprodutivos, o caderno evita a palavra "aborto". Prefere tratar do tema de forma cifrada, mas sem deixar margem para dúvida. "O Estado e a legislação brasileira devem garantir o direito de decisão das mulheres sobre suas vidas e seus corpos. Para isso, é essencial promover as condições para o exercício da autonomia com garantia dos direitos sexuais e reprodutivos", diz o texto.

O documento fala em "formular propostas de mudanças na legislação" e "criar mecanismos nos serviços de saúde que favoreçam a autonomia das mulheres sobre seu corpo", mas não entra em detalhes.

Em seu governo, Lula montou uma comissão que enviou um projeto de lei ao Congresso prevendo a ampliação do direito ao aborto, hoje restrito a casos de estupro ou risco à saúde da mãe. Poderia ser incluída também a hipótese de má formação do feto, por exemplo. O projeto está parado, por sofrer

oposição de grupos religiosos.

O documento promete dar melhores condições de atendimento a mulheres que se dirigem a postos de saúde já no meio de um aborto. "Garantir [...] atenção humanizada às mulheres que chegam aos serviços em processo de abortamento e em todas as situações que envolvam a saúde sexual e reprodutiva, em todas as fases da vida da mulher", diz o texto. O programa promete ainda políticas voltadas ao planejamento familiar, melhoria da qualidade da atenção ao pré-natal e parto.

Segundo Vera Soares, coordenadora do documento, o compromisso de Lula com a ampliação dos casos de aborto está "renovado". "Este foi o governo que mais fez pela mulher. Mas talvez tenha havido falha em comunicar esses atos."

A campanha de Lula começou a divulgar ontem os 32 cadernos temáticos com programas para um segundo mandato. Além do referente às mulheres, foram divulgados os de energia, transporte, combate à fome e desenvolvimento social.

Roupa suja. A Secretaria Estadual de Mulheres do PT-SP apresentou moção de repúdio contra o deputado estadual Vanderlei Siraque, pré-candidato a prefeito em Santo André. O grupo o acusa de dar entrevistas de teor preconceituoso e machista sobre sua concorrente e correligionária, a vice-prefeita Ivete Garcia.

JUSTIÇA

Mulher tenta obter guarda de filhos de companheira morta

DA SUCURSAL DE BRASÍLIA

Um mês após a morte de sua companheira, uma dona-de-casa do Distrito Federal entrou na Justiça pela guarda dos dois filhos da parceira.

Além da guarda, Aparecida Maria de Oliveira, 44, busca o reconhecimento da união estável que teve com Lenilde Spinola dos Santos, 42, para que seja assegurada pensão para os filhos. Aparecida diz que viveu com Lenilde durante 12 anos.

A Defensoria Pública do Distrito Federal confirmou ontem que entrou com duas ações —uma pela guarda das crianças e outra pelo reconhecimento de união estável— na 2ª Vara de Família do Tribunal de Justiça do DF. Os processos correm em segredo de Justiça.

Procurada pela reporta-

gem, Aparecida não quis comentar o caso. Ao jornal "Correio Braziliense", ela disse anteontem que não entrou na Justiça pela pensão, mas apenas para não perder as duas crianças.

A dona-de-casa também afirmou ter outros quatro filhos biológicos, que foram criados com a ajuda de Lenilde. Segundo ela, Lenilde morreu por falência renal, após um ano doente.

Segundo as ações, o pai das duas crianças —uma menina de dez anos e um menino de seis— concorda com a permanência de ambos com Aparecida. Procurado, ele não foi localizado ontem.

O Tribunal de Justiça do DF informou que não é possível identificar o número de processos similares por conta de as ações correrem em segredo de Justiça.

Debate sobre a vida volta à pauta do STF

SOU A FAVOR

Deborah Ditz, antropóloga do Instituto de Bioética, Direitos Humanos e Gênero da Faculdade de Direito, Direitos Humanos e Gênero (Anis).

Anencefalia, uma longa espera

Há exatos dois anos, a liminar que autorizava mulheres grávidas de fetos anencefálicos a interromper a gestação foi cassada pela mala importante corte do país, o Supremo Tribunal Federal. Durante quatro meses, sob a proteção da liminar, dezenas de mulheres interromperam a gestação, sem necessitar recorrer a uma autorização judicial. Esse foi um curto intervalo de tempo em que o Estado reconheceu que a decisão pela interrupção ou não da gestação era matéria de ética privada.

O STF é um espaço legítimo e mais representativo para a argumentação razoável em uma democracia laica constitucional como é o Brasil. Afirma o caráter razoável da corte é reconhecer que o Supremo não é o espaço para decisões baseadas em preceitos religiosos ou valores privados, mas de aplicação de preceitos de justiça válidos para toda a sociedade.

Sem a decisão do STF, as mulheres que interrompem a gestação contam com a solidariedade de suas equipes de saúde, mas experimentam o sofrimento moral de um ato ilegal. Elas descrevem essa experiência como um ato de tortura do Estado contra elas. O diagnóstico de anencefalia é implacável: não há cura, tratamento ou qualquer forma de reverter a morte precoce do futuro filho. O Estado se obriga o dever da gestação apenas para entrar o filho no mundo?

O Supremo deve dar essa resposta em breve e em definitivo à sociedade brasileira. Há quatro anos se espera pelo julgamento do mérito da ação. Essa será uma oportunidade para devolver o tema da anencefalia para o único espaço moral legítimo: essa é matéria de ética privada e como tal não deve ser disciplinada pela força do Estado. Os ministros do Supremo foram apresentados às histórias de diversas mulheres e seu sofrimento no documentário *Quem são elas?*. Resta saber se o mundo real os inspirará por um caminho diferente da abstração do julgamento que cassou a liminar.

"Se este vier a ser o entendimento do STF, então não ser necessário criar uma lei para dizer isso, embora a lei poderá fazê-lo. A própria decisão do Tribunal será a autorização para a prática do ato abortivo."

Após discussão sobre células-tronco,

Supremo tem nova polêmica pela frente: o aborto de fetos anencefálicos

Vinícius Boreli

No primeiro semestre, o Supremo Tribunal Federal (STF) discutiu sobre a constitucionalidade das pesquisas com células-tronco embrionárias para fins terapêuticos. Para isso, os ministros que integram o Tribunal convidaram diversos setores da sociedade para uma audiência pública – a primeira da história do Supremo –, tentando entender os lados envolvidos na questão. Um novo assunto tão polêmico como este deve entrar na pauta do STF ainda em 2008: a liberação do aborto de fetos anencefálicos. De acordo com a assessoria de imprensa do Supremo, ainda não existe definição das datas para a audiência pública e para o parecer final da corte.

Apesar da complexidade do nome – "feto anencefalo" –, a discussão passa pela mente de pais que terão um curto período ao lado do filho, podendo optar por manter a criança até o final da gestação (mesmo que o tempo de vida geralmente não ultrapasse as quatro horas após o nascimento) ou de acabar com o sofrimento psicológico da gravidez antes do parto.

O livro *Anencefalia – O Pensamento Brasileiro em sua Pluralidade*, publicado pelo Instituto de Bioética, Direitos Humanos e Gênero (Anis), mostra, por meio do depoimento de uma mãe, a complexidade da situação. "Eu estava no início da gravidez quando soube do diagnóstico de anencefalia no meu feto. Na primeira vez que eu soube do diagnóstico, eu não quis ver a imagem. Eu não quis mais fazer ecografia. Quando ela virava a cabecinha, não tinha nada", relata. "O médico me alertou: 'você pode interromper, mas isso demora. Aqui no Brasil é complicado. Você precisa de autorização judicial, que só pode chegar no final da gravidez. Talvez não valha a pena porque é canônico'. Ele falou tudo, mas insistia: 'vale a

pena você lutar'."

Seguindo os princípios da Constituição Brasileira, existem apenas dois casos em que o aborto é permitido sem autorização judicial, desde que praticado por médico. "Quando não há outro meio de salvar a vida da mulher e quando a gravidez resulta de estupro. Nesta segunda hipótese, a lei exige o prévio consentimento da gestante ou de seu representante legal, caso ela esteja incapaz", explica Zulmar Fachin, doutor em Direito do Estado e professor da Universidade Estadual de Londrina (UEL).

Caso a grávida opte por um aborto, sem o consentimento do poder judiciário, ela estará infringindo a lei. Nesse caso, as penas previstas – para a gestante e para quem realiza o aborto – dependem de cada situação, variando de um a dez anos de reclusão.

Na opinião de Fachin, caso o STF aprove o aborto de fetos anencefálicos, uma terceira hipótese de aborto será considerada válida pela lei. "Se este vier a ser o entendimento do STF, então não será necessário criar uma lei para dizer isso, embora a lei poderá fazê-lo. A própria decisão do Tribunal será a autorização para a prática do ato abortivo", esclarece.

Medicina

Para autorizar o aborto de um feto, o diagnóstico da anencefalia precisa ser preciso para que não se cometa um equívoco, que, literalmente, custaria uma vida. Geralmente, as ultra-sonografias que detectam o problema são realizadas a partir da 12ª semana de gestação. "No ultra-som, existem duas situações diferentes. Enxergar a má-formação e observar alguma coisa diferente, que pode ser uma má-formação", afirma o médico especialista em medicina fetal da Maternidade Alto Maranhão e professor da Universidade Federal do Paraná (UFPR), Rafael Frederico Bruns.

Os casos duvidosos geralmente ocorrem quando a gestante está muito obesa ou os exames são realizados fora do tempo considerado adequado. Segundo Bruns, nesses casos, é comum a realização de outros procedimentos para a completa certeza do diagnóstico. "Normalmente o médico consegue ver a calota craniana e enxergar o encefalo com perfeição. Na anencefalia, não dá para ver nada", diz.

SOU CONTRA

Lenise Garda, formada em Farmácia e presidente do Movimento Brasil sem Aborto.

Duas visões de mundo diferentes

No debate sobre a licitude (ou não) do aborto de crianças anencefálicas, é difícil não só o consenso, mas o próprio entendimento – no sentido literal desta palavra. Ele envolve duas visões de mundo totalmente distintas.

Um grupo de opiniões move-se com parâmetros pragmático-utilitaristas. Pergunta-se para que "serve", qual é a "utilidade" de uma criança que provavelmente terá pouca sobrevivência.

O outro grupo, no qual me incluo, raciocina tendo por princípio a dignidade humana. Considera que a vida humana tem valor em si mesma, deve ser respeitada em todas as circunstâncias, mesmo as mais difíceis e dolorosas. Recusa-se a categorizar os seres humanos de acordo com sua "utilidade". Isso não quer dizer que não se tente argumentar na perspectiva do outro.

Para deixar a salvo, na aparência, a dignidade humana, "desumaniza-se" o anencefalo, como se um casal pudesse gerar criatura que não fosse humana. Ou nega-se que esteja vivo, absurdo fácil de contestar, uma vez que o anencefalo, ao nascer, é registrado, e depois de falecido recebe a certidão de óbito, ficando devidamente certificados o seu nascimento com vida e o seu falecimento. Assim, tanto do ponto de vista médico-biológico quanto do jurídico, o anencefalo sempre foi reconhecido como um ser humano vivo.

No lado oposto, podemos argumentar, a partir de belos depoimentos dos seus pais, que também essas crianças são "úteis", que fazem com que suas famílias vivam mais profundamente o amor desinteressado, que a sua curta vida tem um significado profundo. Fazer isso, entretanto, é fugir ao cerne da questão.

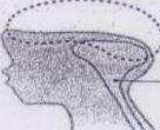
Defender a visão de mundo centrada na dignidade humana, além de garantir o direito dos anencefálicos, é um fim em si mesmo. É a afirmação de um princípio inalienável, cláusula pétrea da Constituição brasileira, o direito à vida.

Não se trata de mais um caso de aborto necessário, para salvaguardar a saúde da mulher. É preciso falar claro, seria um aborto eugenético.

O QUE É

Ainda não se sabe quais as causas da anencefalia. Sabe-se apenas que a má-formação tem componentes genéticos e ambientais.

A anencefalia é um defeito no sistema nervoso do feto, que não tem grande parte do cérebro. A parte restante do órgão fica exposta, sem a proteção do crânio e da pele.



O tronco cerebral permanece

intacto. Ele é responsável pelo controle dos batimentos cardíacos, da respiração e das ondas cerebrais. Por isso o bebê sobrevive fora do útero por cerca de 4 horas em média. Depois, o organismo passa a exigir muito da parte do cérebro que não se formou, e o bebê morre em 100% dos casos.

A má-formação ocorre entre o 23º e o 26º dia de gravidez.

É detectada, por ecografia, em torno da 13ª semana de gravidez.

A anencefalia atinge no mundo inteiro, 1 em cada 1000 fetos.

OPÇÕES

O aborto, caso seja autorizado pela Justiça brasileira, geralmente é feito com medicamento que induz as contrações uterinas, expulsando o feto. Se a gestante quiser levar a gravidez até o fim, os órgãos do bebê poderão ser doados para transplante.

COMO PREVENIR

O uso de ácido fólico, uma vitamina do grupo B, é o único modo conhecido de reduzir as chances de gerar um filho anencefalo.

INSTITUTO DE BIOÉTICA

Polêmica

Ministro defende interrupção da gravidez de anencéfalos

Para Temporão, a decisão deve ser da mãe e proibir a antecipação do parto é um "controle político" sobre o corpo da mulher

BRÁSILIA

Agência Estado e Folhapress

O ministro da Saúde, José Gomes Temporão, defendeu ontem no Supremo Tribunal Federal (STF) que seja liberada a interrupção da gravidez de fetos com anencefalia. "O Ministério da Saúde defende essa garantia fundamentada, entre outras razões, na dolorosa experiência de situações em que mães são obrigadas a levar sua gestação, mesmo sabendo que o feto não sobreviverá após o parto", afirmou Temporão durante apresentação feita ontem em audiência sobre anencefalia no Supremo.

Temporão disse que o diagnóstico da anencefalia é facilmente obtido por meio de exame de ultrassonografia, que está disponível tanto na rede privada quanto na pública de saúde. Ele concordou que bebês com anencefalia não têm chances de sobreviver. Segundo o ministro, isso é "uma certeza médica e científica atestada pela Organização Mundial de Saúde". "Há certeza absoluta de morte (dos fetos sem cérebro)", afirmou.

O ministro alegou que quase todos os países democráticos do mundo autorizam a antecipação do parto em caso de anencefalia. Ele disse que proibir a interrupção da gravidez nesse caso é um "controle político" do corpo da mulher e defendeu que a decisão seja da mãe.

"Uma mulher tem o direito, em caso de estupro, de levar a gravidez a termo, porque não teria o direito de interrompê-la no caso de saber que tem em seu corpo uma vida que não terá continuidade? No fundo, não seria um controle político do corpo das mulheres em nome de crenças, certezas absolutas? Eu vejo aí uma contradição."

Caso os homens engravidassem, voltou a dizer o ministro, esse assunto já teria sido resolvido. Ele fez questão de deixar claro que, ao contrário do que afirmam alguns setores, a anencefalia não é deficiência. "Deficiência que leva à morte minutos após nascer?", indagou, após fazer a apresentação na audiência pública.

O ministro do STF Marco Aurélio Mello, relator da ação que definirá se será ou não liberada a interrupção de gestações de fetos anencéfalos, convocou uma nova audiência pública para o dia 16. A expectativa do Supremo é de que a ação seja julgada pelo plenário do tribunal até o fim deste ano.

Três dias

Ontem foi o terceiro dia de audiência pública sobre o aborto de fetos anencéfalos. O STF começou a ouvir os dois lados do caso no dia 26 de agosto. Nas audiências, representantes de diversas entidades travaram um debate centrado principalmente em argumentos religiosos e científicos.

HOMEM-POLÊMICA

O ministro Temporão, que assumiu o cargo em 2007, esteve envolvido em várias polêmicas desde sua chegada a Brasília. Confira algumas das mais importantes:

Aborto – O ministro defendeu a realização de um plebiscito

para que a população decidisse sobre a possível legalização do aborto no país. Desde então, o ministro foi sempre malvisto por setores contrários ao aborto, e especialmente pela Igreja Católica.

Propaganda – Temporão é um defensor de restrições à publicidade de produtos considerados prejudiciais à saúde. Além

do cigarro, que já sofre restrições pesadas, propôs medidas contra a propaganda de bebidas alcoólicas e de comidas muito gordurosas. Nesse caso, a briga foi com o lobby da indústria e com os publicitários.

CPMF – Titular da área da saúde, principal beneficiária do imposto, Temporão foi contra

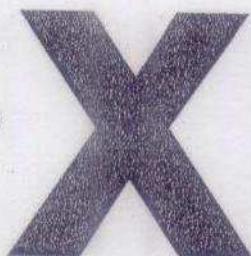
a extinção da CPMF. E, depois, pediu a criação de um tributo que a substituisse.

Sexo – Em sua gestão, o Ministério da Saúde anunciou a distribuição de "máquinas de camisinhas" para escolas brasileiras, com o intuito de prevenir doenças sexualmente transmissíveis entre os adolescentes.

LADOS OPOSTOS

"O trauma seria bem pior porque a luta seria mais prolongada. Isso é um direito da mulher, uma escolha dela."

Michele Gomes de Almeida, vendedora que interrompeu a gravidez de um feto anencéfalo em 2004, amparada por uma liminar do STF.



"Na intolerância diante do imperfeito perderíamos a capacidade de amar, o que diminui o ser humano."

Ieda Verreschi, médica endocrinologista e representante da Associação para o Desenvolvimento da Família.



Temporão cumprimenta Ailton e Michele, que interrompeu gravidez de feto anencéfalo graças a uma liminar do STF. Ela defendeu o direito de escolha da mãe.

Mãe fala sobre escolha

BRASÍLIA

Folhapress

■ A vendedora Michele Gomes de Almeida, que interrompeu a gravidez de um feto anencéfalo em 2004, defendeu ontem que a escolha de interromper a gravidez nesses casos deve ser da mãe. Na época do aborto, Michele estava amparada por uma liminar concedida pelo ministro Marco Aurélio de Mello, que suspendeu os efeitos de artigos que criminalizam a interrupção da gravidez nesses casos.

Ela disse que, caso tivesse que procurar a Justiça para obter autorização para o aborto, seu sofrimento e de sua família seriam ain-

da maiores. "O trauma seria bem pior porque a luta seria mais prolongada. Isso é um direito da mulher, uma escolha dela", afirmou durante audiência pública para debater a descriminalização do aborto de fetos anencéfalos, no Supremo Tribunal Federal. Michele estava acompanhada pelo marido Ailton Maranhão Gomes de Almeida e as duas filhas do casal, Nicole, de 3 anos, e Yasmin, de 2 meses.

Michele disse que obteve três diagnósticos diferentes antes de tomar a decisão de interromper a gravidez, o que foi feito quando ela estava com quatro meses. Ela fez o procedimento no SUS

(Serviço Único de Saúde) em Recife (PE). "Passei mais três dias em casa pensando. O médico esperou a minha decisão e a decisão da minha família, me deixou livre", completou.

"Barbárie"

A representante da Associação para o Desenvolvimento da Família (Adef), Ieda Verreschi, disse que o aborto de anencéfalos é "um retorno da sociedade à barbárie". "Na intolerância diante do imperfeito perderíamos a capacidade de amar, o que diminui o ser humano", disse a médica endocrinologista.

O médico Darnival da Silva

Brandão, da Academia Fluminense de Medicina, disse que o sofrimento purifica. A declaração foi dada em resposta a um questionamento feito pelo ministro Marco Aurélio Mello, que se disse perplexo com a afirmação. "Continuamos até mesmo perplexos com a resposta que nos foi dada hoje (ontem) no sentido de que o sofrimento purifica. [Perguntei porque] costumamos presumir o que ocorre", afirmou Mello, após a audiência.

Brandão criticou a interrupção do aborto em caso de anencéfalos e disse que, mesmo que a criança não sobreviva por muito tempo, há vida.

Trabalho

Lula vai aprovar ampliação da licença-maternidade

Presidente descarta impacto da renúncia fiscal de R\$ 800 milhões com a medida. Especialistas no assunto acreditam que decisão pode prejudicar as mulheres no mercado de trabalho

Cynthia Scheffer com agências

■ O presidente Luiz Inácio Lula da Silva confirmou ontem que vai sancionar a lei que amplia a licença-maternidade de quatro para seis meses. "A lei está lá e eu vou sancioná-la. Não sei quem foi que disse que eu ia vetar." Na terça-feira, noticiou-se que o Ministério da Fazenda teria recomendado que o presidente vetasse o projeto, por causa da alta renúncia fiscal.

Pela proposta, a ampliação do prazo em 60 dias é facultativa, mas as empresas que aderirem vão receber incentivos fiscais e o título de "Empresa Cidadã". Elas terão que fazer o pagamento, mas poderão descontar do Imposto de Renda o salário bruto dos dois meses adicionais. Segundo os cálculos da Fazenda, o custo desta renúncia será de R\$ 800 milhões por ano.

O ministro da pasta, Guido Mantega, disse ontem que é fácil aprovar uma lei que traz um benefício, mas a Fazenda precisa ser mais conservadora. "Eu sou obrigado, como ministro da Fazenda, a dizer ao presidente: 'Olha, vai custar isso e portanto temos que ter verba no nosso orçamento para viabilizar.'"

A medida vale tanto para a iniciativa privada como para o setor público federal, estadual e municipal, e deve entrar em vigor apenas em 2010. Os sindicatos de empregados, em geral, têm se mostrado favoráveis à mudança. Empresas e entidades patronais, no entanto, alegam que a ampliação do prazo pode significar perda de competitividade para as empresas e dificuldades para a carreira das mulheres.

"O tempo longe do trabalho pode fazer com que ela fique profissionalmente defasada. Esta é uma preocupação não só das empresas, mas de muitas mulheres", diz o vice-presidente da Confederação Nacional da Indústria (CNI), Francisco Gadelha. Para ele, com a mudança, os homens devem ser ainda mais privilegiados nas seleções para vagas de trabalho. Esta é a opinião também do professor de Administração Belmiro Valverde Castor, da Pontifícia Universidade Católica do Paraná (PUC-PR), que acredita que pode haver uma redução do emprego para as mulheres

mais jovens, solteiras ou recém-casadas sem filhos. "Os custos todos de uma medida como esta parecem não ter sido avaliados. É um projeto generoso, mas um pouco ingênuo."

O presidente da Federação das Associações Comerciais do Paraná (Faciap), Ardisson Akel, defende que uma mudança como essa deveria começar com negociações entre sindicatos de classe e patronais, já que as realidades são bastante distintas nos vários setores da economia. "O benefício fiscal é relativo. Alguns setores, que estão lutando para sobreviver, terão dificuldade para arcar com mais este ônus."

Para o professor Valverde Castor, a sociedade vai pagar por uma mudança sobre a qual não foi consultada. "Me parece que essa escolha não foi clara para todo mundo. Possivelmente as famílias ganhariam mais se estes R\$ 800 milhões fossem aplicados em saúde, educação e na criação de mais creches."

Empregados

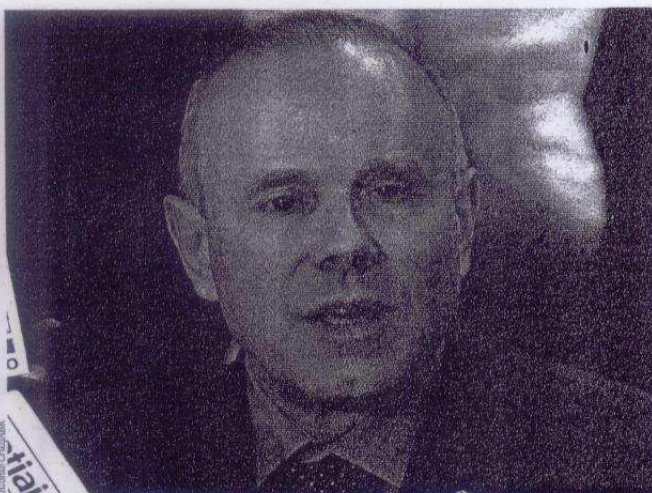
O presidente do Sindicato dos Empregados no Comércio em Curitiba e região, Vicente da Silva, no entanto, não tem dúvida de que a medida será benéfica. "As empresas não devem ter prejuízos, pois terão a oportunidade de dedução do Imposto de Renda. O comércio vem tendo um crescimento grande. É preciso que esse lucro seja direcionado para melhores condições de trabalho."

Esta também é a opinião do presidente do Sindicato dos Trabalhadores da Educação no Paraná (APP Sindicato), José Lemos. "Nós mesmos já oferecemos este benefício para as cerca de 80 mulheres que trabalham na entidade. Todos vamos ganhar. As mulheres e os filhos terão mais qualidade de vida e as empresas terão o benefício fiscal."

Obrigatoriedade

A União Geral dos Trabalhadores (UGT) informou que vai pedir a Lula que altere o texto do projeto de lei para tornar obrigatória, e não voluntária, a prorrogação da licença-maternidade. Do contrário, diz a nota, "transformaremos uma excelente iniciativa do Senado Federal, com o apoio dos deputados federais e a eventual sanção do presidente Lula, em letra morta, pois teremos, na prática, uma lei que não será respeitada pelos patrões."

Leia mais na coluna de Miriam Leitão, na página 24.



Para o ministro Guido Mantega, é dever da Fazenda avisar o governo quanto um projeto social vai custar.

"Me parece que essa escolha não foi clara para todo mundo. Possivelmente as famílias ganhariam mais se estes R\$ 800 milhões fossem aplicados em saúde, educação e na criação de mais creches."

Belmiro Valverde Castor, professor de Administração da PUC-PR, comentando a renúncia fiscal de R\$ 800 milhões com a ampliação da licença maternidade para seis meses.

Licença e preconceito

Sylvia Romano

A extensão da licença-maternidade não é uma idéia prática, pois não se pode isolar a mulher. Sem dúvida, se aprovada, a medida vai aumentar ainda mais o preconceito velado que já existe em relação à contratação de mulheres.

Ainda nesse semestre, deverá ser votado o projeto de lei de autoria da senadora Patrícia Saboya Gomes (PSB-CE), em parceria com a Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP), que propõe a ampliação facultativa da licença-maternidade de 120 para 180 dias, mediante a adesão ao Programa Empresa Cidadã.

Em que pese o imenso valor social desse projeto, o momento não é oportuno para sua implantação, frente à atual crise de desemprego e informalidade que o país atravessa. É o mais importante de tudo isso é que o debate não pode

rá deixar de lado a questão da discriminação da mulher no mercado de trabalho.

É fato que hoje a acirrada disputa imposta pelo mercado de trabalho exige dos profissionais, indispensavelmente, a apresentação de resultados qualitativos e a conquista quantitativa de metas de desempenho. As empresas visam ao lucro e querem obter o maior retorno possível de todos os seus funcionários.

Se o afastamento de um profissional de suas funções por quatro meses hoje já traz um sério risco à sua empregabilidade, o que dizer então de se estender essa ausência por mais dois meses? A extensão da licença-maternidade não é uma idéia prática, pois não se pode isolar a mulher. Sem dúvida, se aprovada, a medida vai aumentar ainda mais o preconceito velado que já existe em relação à contratação de mulheres.

As maiores beneficiárias dessa iniciativa serão as empregadas que hoje já pedem e conseguem das

empresas uma licença sem remuneração de 30 ou 60 dias, ao final dos 120 dias a que têm direito, para dedicarem mais tempo aos seus bebês nos primeiros meses de vida. Contudo, como se trata de ato opcional, as mulheres dependem do consentimento do empregador e não têm direito de receber salário. Para as executivas, por sua vez, a medida destoa da atual realidade do mercado de trabalho em que estão inseridas. Pressionadas pela atroz competição, elas chegam a evitar tirar férias de 30 dias corridos, e quando da licença-maternidade, acabam retornando ao trabalho antes mesmo de terminar o prazo de 120 dias, seja pelo temor de perder o posto de trabalho, seja por medo de a licença integral representar desaceleração de sua ascensão profissional, seja por receio de não acompanhar as mudanças que se sucedem na empresa.

* Sylvia Romano, Advogada trabalhista, responsável pelo Sylvia Romano Consultores Associados, em São Paulo.

Polêmica

Os dois lados da licença-maternidade de 6 meses

Marcos Xavier Vicente

■ Apesar da sanção do presidente Luiz Inácio Lula da Silva ao projeto de lei que aumenta de quatro para seis meses a licença-maternidade, a maioria das trabalhadoras pode não ter acesso ao benefício. Tudo porque o veto proíbe que a proposta seja estendida a pequenas e microempresas. Levantamento da senadora Patrícia Saboya (PDT-CE), autora da proposta, aponta que 70% das trabalhadoras brasileiras atuam em empresas de pequeno porte.

Pela sanção, a ampliação seria somente para funcionárias das empresas que não são do regime de lucro presumido ou optantes do Programa Simplificado de Recolhimento de Impostos (Simples), cujo universo representa 90% dos estabelecimentos. Cálculos apontam que se o benefício fosse estendido a todas as empresas, o prejuízo seria de R\$ 800 milhões por ano ao governo federal. Além disso, a ampliação de dois meses no benefício não é

"O governo não pode, por um capricho econômico, criar dois tipos de cidadãos: as mulheres e crianças que terão dois meses a mais de licença e as que não terão."

Dioclécio Campos Júnior, presidente da Sociedade Brasileira de Pediatria.

obrigatória. Caso optem pela nova regra, as grandes empresas pagarão os salários no período da licença, deduzidos posteriormente no Imposto de Renda.

Algumas entidades, como a Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP), começam a se mobilizar para pressionar o Congresso a derrubar o veto. Segundo o presidente da SBP, Dioclécio Campos Júnior, o veto é discriminatório. "O governo não pode, por um capricho econômico, criar dois tipos de cidadãos: as mulheres e crianças que terão dois meses a mais de licença e as que não

terão", argumenta.

O presidente da SBP acredita que a pressão popular vai fazer com que os deputados federais derrubem o veto. "Muitas das próprias empresas vão querer se enquadrar na nova regra. Hoje a população tem consciência social. E se souber que a empresa não estende a licença-maternidade, provavelmente deixará de consumir aquele produto ou serviço", acredita.

Campos argumenta que nos primeiros seis meses de vida a criança tem o maior desenvolvimento na fase infantil. Portanto, a presença da mãe por mais tempo reduziria a possibilidade de doenças, principalmente crônicas-degenerativas, cujo custo é alto à saúde pública. "Além disso, com mais tempo ao lado do bebê a mulher volta mais tranquila ao trabalho, e, consequentemente, mais produtiva", ressalta.

Indústrias

Para o coordenador do Conselho Temático de Relações de Trabalho da Federação das Indústrias do

"Essa lei não protege a mulher, porque o empregador vai pensar duas vezes antes de empregar uma funcionária, já que pode ficar com ela ausente por sete meses."

Amilton Stival, coordenador do Conselho Temático de Relações de Trabalho da Fiep.

Estado do Paraná (Fiep) e membro do mesmo conselho na Confederação Nacional da Indústria (CNI), Amilton Stival, a ampliação vai gerar problemas econômicos. Para ele, dois meses extras - que fariam com que a trabalhadora ficasse sete meses ausente do trabalho, seis de licença-maternidade e um de férias - não são onerosos só às empresas, mas à sociedade. Para estender o benefício, explica Stival, as empresas terão que contratar e investir no treinamento de funcionários temporários. E esse gasto seria repassado ao consumidor. "Aí vem a infla-

ção. E se para uma empresa grande já é difícil contratar e treinar, imagine para uma pequena", argumenta. Ele cita o caso de uma empresa com cem funcionários. "Se 30% dessas funcionárias engravidarem, a empresa tem que fechar", ilustra.

Stival acredita ainda que os seis meses de licença-maternidade podem se tornar um risco às trabalhadoras. "Essa lei não protege a mulher, porque o empregador vai pensar duas vezes antes de empregar uma funcionária, já que pode ficar com ela ausente por sete meses. Aí vem outro grande risco: a informalidade", enfatiza.

INTERATIVIDADE

Você é a favor ou contra a licença-maternidade de seis meses?

escreva para

leitor@gazetadopovo.com.br

As cartas selecionadas serão publicadas na Coluna do Leitor.

ELES TAMBÉM**Pais podem ter 15 dias de licença**

Além da licença-maternidade, o Congresso também estuda a ampliação da licença-paternidade. Pelo Projeto de Lei 3.935, também da senadora Patrícia Saboya (PDT-CE), o benefício seria estendido aos pais de cinco para 15 dias. O texto inclui pais biológicos e adotivos. O projeto também prevê estabilidade ao trabalhador por 30 dias após o fim do benefício. O projeto tramita em caráter conclusivo e em regime de prioridade nas comissões de Seguridade Social e Família, do Trabalho, da Administração e Serviço Público e de Constituição, Justiça e Cidadania.

MATERNIDADE

Licença de 6 meses já vale em 58 municípios do país, 4 no Paraná

BRASÍLIA – A LICENÇA-MATERNIDADE DE SEIS MESES já vale para servidoras públicas de 58 municípios e 6 estados, que se anteciparam ao projeto de lei que tramita na Câmara Federal e aumentaram o direito, atualmente de quatro meses, por mais 60 dias. O levantamento é da Sociedade Brasileira de Pediatria (SBP), que realiza a campanha Licença-Maternidade: Seis Meses é Melhor.

No Paraná, quatro municípios concedem o benefício de seis meses de licença-maternidade às suas funcionárias. Segundo levantamento da Associação Brasileira de Pediatria, as mães das cidades de Londrina, Arapoti, Sarandi e Piên que trabalham para o município já podem ficar dois meses a mais em casa com seus filhos recém-nascidos.

Em Londrina, no Norte do estado, a lei foi aprovada há quase um ano e cerca de 170 servi-

doras já foram beneficiadas. O benefício da servidora que está de licença é pago pela Caixa de Assistência e Pensões dos Servidores Municipais de Londrina, serviço de previdência próprio da cidade.

O procurador do município de Londrina e membro da Secretaria da Mulher da cidade, José Roberto Reale, afirma que "a implantação dos seis meses de licença-maternidade na cidade foi aceita com facilidade na Câmara dos Vereadores e representa uma das bandeiras levantadas pela cidade".

Caso um projeto de lei que tramita na Assembleia Legislativa seja aprovado, o benefício de seis meses de licença-maternidade poderá ser estendida também às funcionárias estaduais. Além do aumento do período de afastamento, a proposta paranaense prevê a ampliação dos dias que o pai pode ficar em casa após o nascimento



Senadora Patrícia Saboya.

do filho. Pelo projeto estadual, esse período que é de 5 dias hoje será ampliado para 15.

Segundo o presidente da SBP, Dioclécio Campos, a legislação atual tem um desconforto com o que é recomendado pela médica e isso precisa ser resolvido. De acordo com a proposta da senadora Patrícia Saboya, aprovada esta semana na comissão do Senado, a adoção da licença-maternidade de seis meses pelas instituições privadas é voluntária, tanto para a empresa como para a trabalhadora.

Quem desejar conceder a licença deverá aderir ao programa Empresa Cidadã, criado pelo próprio projeto. Com isso, o empregador terá isenção total no Imposto de Renda do valor pago às trabalhadoras nos dois meses a mais de afastamento.

— CAROLINE OLINDA E KAMILA MENDES
MARTINS COM AGÊNCIAS

ESTADOS

Ceará
Pernambuco
Amapá
(inclui aumento da licença-paternidade de 5 para 15 dias)
Rondônia
Paraíba
Rio Grande do Norte
(inclui ampliação da licença-paternidade)

STF

Decisão sobre anencéfalos deve ficar para 2009

BRASÍLIA
Folhapress

■ O ministro Marco Aurélio Mello, relator do processo sobre a possibilidade de interrupção da gravidez em casos de feto anencéfalo, recusou e afirmou que o julgamento pelo Supremo Tribunal Federal

(STF) não deve ocorrer ainda neste ano. "Só com muito otimismo manterei a esperança de novembro", disse o ministro, a quem caberá a inclusão do processo na pauta do plenário. Ele mediu ontem a última das quatro sessões da audiência pública que debateu a polêmica. Mello ressaltou a dificuldade de tratar de um

assunto tão polêmico, mas garantiu que o STF vai visar no julgamento à preservação da saúde física e psicológica da mulher.

Ao todo, o STF ouviu a opinião de 26 representantes da Igreja, da medicina, da sociedade civil e do governo. A maioria se posicionou favorável ao aborto de anencéfalos: 16 a favor e dez contrários.

O encerramento do debate teve a participação de quatro especialistas. A única contrária à interrupção da gravidez foi a ginecologista e obstetra Elizabeth Kipman Cerqueira.

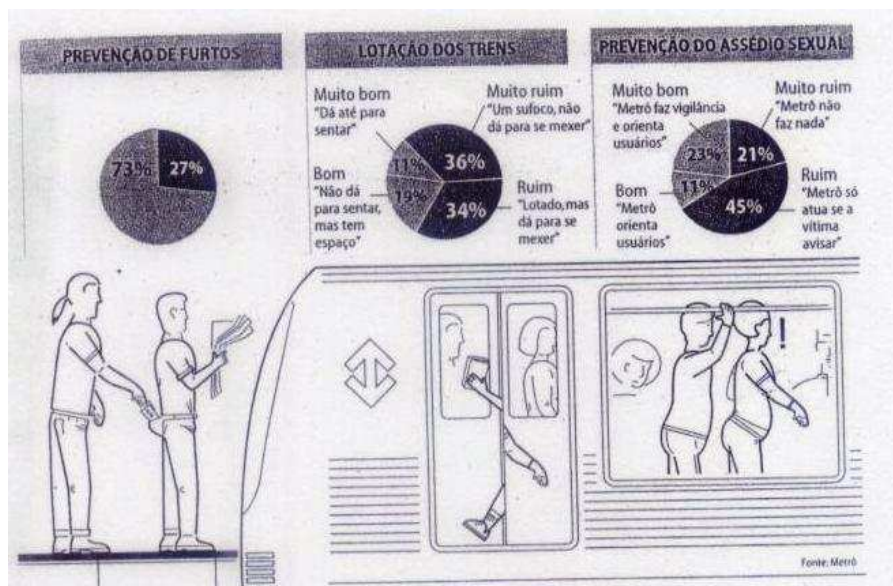
"É mais possível que uma mãe que faça aborto sinta remorso e arrependimento, mas a mãe que leva a gravidez até o fim, ou até a morte espontânea, ela não vai ter remorso de ter feito o que pôde enquanto pôde", afirmou Elizabeth.

Já a socióloga Eleonora Meneucchi de Oliveira defendeu que a escolha deve ser dos pais. Ela lembrou que nem todas as mulheres preferem a interrupção, mas diz acreditar que as que optarem pelo aborto devem estar protegidas pela lei. "Não é possível a lei garantir os direi-

tos de só uma parte das mulheres."

O advogado da Confederação Nacional dos Trabalhadores na Saúde Luiz Roberto Barroso comparou a proibição a uma tortura imposta pelo Estado. "É autoritarismo do Estado achar que tem o direito de invadir a privacidade do casal e dizer que 'você vai ter que ter esse filho'", afirmou. O membro da Associação Brasileira de Psiquiatria Talvane Marins Moraes afirmou, baseado em estudos, que a saúde mental da mulher fica comprometida ao ser obrigada a manter uma

gravidez inviável. Segundo o psiquiatra, a mulher pode desenvolver depressão, estresse pós-traumático e até cometer suicídio. Moraes fez questão de ressaltar que não é uma gravidez indesejada e sim impossível de resultar em vida. A ministra Nélceia Freire também defendeu o direito de escolha da mãe. Segundo dados da Organização Mundial da Saúde, o Brasil é o quarto no mundo em números de feto anencéfalo, motivo suficiente para a ministra considerar os casos como questão de saúde pública.



Problema fez SP testar vagão para mulher

DA REPORTAGEM LOCAL

O assédio sexual já levou São Paulo a testar vagões de trens preferenciais para mulheres na década de 90. Porém, a proposta não deu certo porque o espaço foi invadido pelos homens devido à superlotação nos demais vagões.

A ideia foi implantada em 1995, pela CPTM (Companhia Paulista de Trens Metropolitanos) depois de protestos do Clube de Mães de Vila Falchi, de Mauá, no ABC paulista. Uma mulher ligada à entidade foi vítima de um homem que, dentro do trem, tirou seu pênis para fora da roupa e ejaculou em cima dela. O fato foi motivo de revolta das usuárias e fez a CPTM tentar a separação entre os sexos.

A empresa colocou cartazes e adesivos, mas isso não adiantou,

já que os vagões não eram exclusivos e sim preferenciais para mulheres, idosos, crianças e deficientes físicos. A CPTM alegou, na época, que não poderia vetar a entrada de homens em razão do artigo 5º da Constituição, que estabelece a igualdade de direitos.

Uma cena semelhante à vivida pela mulher do Clube de Mães de Vila Falchi levou um deputado estadual paulista a preparar um projeto de lei sobre esse tema.

José Dilson (PDT) estava em seu gabinete em uma segunda-feira de maio de 2005 quando foi abordado por uma mãe que, desesperada, estava com a filha. Um rapaz tinha acabado de ejacular na roupa da garota dentro do metrô.

Dilson tentou ressuscitar a ideia de vagões para mulheres na rede sobre trilhos, embora o Metrô

descarte essa possibilidade.

A separação entre homens e mulheres no transporte coletivo é alvo de algumas experiências internacionais, a principal delas no Metrô de Tóquio, no Japão.

A Keio Line, que adotou a experiência em 2001 para combater as situações de assédio sexual, diz que, na época, 82% das mulheres e 56% dos homens foram favoráveis à medida. No Cairo, capital do Egito, também houve a iniciativa, mas estimulada por questões religiosas.

"A separação não é a solução que mais me agrada enquanto mulher e cidadã. Mas, se não houver alternativa, é preciso uma forma de preservar a integridade da pessoa", diz Silvana Zuccolotto, da Associação Nacional de Transportes Públicos. (A1)

GAZETA DO POVO

SÁBADO, 15 DE SETEMBRO DE 2007 ANO 89 - N.º 28.440 R\$ 1,50

ASSINATURA - CENTRAL DE ATENDIMENTO: CURITIBA E REGIÃO METROPOLITANA 3321-9955 - DEMAIS LOCALIDADES 0800-41-4444 - VENDA PROIBIDA

IBGE ■ PESQUISA MOSTRA QUE AUMENTOU O NÚMERO DE PARANAENSES NO ENSINO SUPERIOR

Mulheres com estudo já ganham mais do que os homens no Paraná

A Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad), divulgada ontem pelo IBGE, traça um novo perfil da sociedade paranaense. Mostra, por exemplo, que as mulheres estão estudando mais e conquistando os melhores salários. No geral, os homens ainda têm remuneração maior, mas na faixa com renda mensal superior a 20 salários mínimos elas ganham, em média, R\$ 13.781 – contra R\$ 11.681 deles. Já o número de alunos em cursos superiores no Paraná aumentou 36,5% nos últimos 5 anos.

ENSINO

373 mil

CURSAVAM UMA UNIVERSIDADE NO ANO PASSADO, NO PARANÁ, CONTRA 354 MIL EM 2005.

☛ Páginas 13 e 14

14 GAZETA DO POVO

BRASIL

Sábado, 15 de setembro de 2007

PESQUISA ■ DE ACORDO COM O LEVANTAMENTO, ENTRE OS QUE TÊM RENDA SUPERIOR A 20 SALÁRIOS MÍNIMOS, ELAS ESTÃO NA FRENTE

Mulheres ganham mais que os homens

CURITIBA - GINA GULINELLI PALADINO, ASSESSORA ECONÔMICA DA FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO PARANÁ, faz parte do grupo de trabalhadores paranaenses que têm renda média mensal superior a 20 salários mínimos (R\$ 7,6 mil). "Não somos melhores nem piores do que os homens, apenas iguais", disse a executiva, mas mesmo consciente desta igualdade, ficou surpresa com o dado levantado pela Pesquisa Nacional por Amostra de Domicílios (Pnad) de 2006: nas faixas de rendimentos maiores, as mulheres ganham mais do que os homens.

Tradicionalmente, elas têm salários menores. Mas a pesquisa apontou o contrário, nesta faixa de renda, no Paraná e em mais oito estados: São Paulo, Mato Grosso, Ceará, Alagoas, Maranhão, Paraíba, Roraima e Acre. Na média nacional, os homens aparecem com renda maior na maioria das faixas salariais, inclusive na mais alta.

O valor do rendimento médio mensal das trabalhadoras para-

naenses que ganham mais de 20 salários mínimos é de R\$ 13.781, enquanto o dos homens é de R\$ 11.681. Em Curitiba e região metropolitana, as mulheres ganham R\$ 12.462 e os homens, R\$ 10.847.

"Isso é positivamente surpreendente. Acredito que uma hipótese que pode explicar esse dado é que as mulheres vêm registrando maior escolaridade formal do que os homens", sugeriu Gina.

Ela é economista com pós-graduação no Brasil, França, Japão e Suíça e foi diretora da Associação Nacional de Incubadoras de Empresas e Parques Tecnológicos. Sobre a possibilidade de o resultado da pesquisa refletir uma melhor capacidade de negociação salarial das mulheres, a economista é enfática: "A mulher não sabe negociar". Segundo ela, é o homem que sabe negociar salários, ao se apresentar com a tradicional imagem de provedor da família. "A mulher ainda pede licença para entrar no mercado de trabalho e negociar seu salário."



“

"Isso é positivamente surpreendente. Acredito que uma hipótese que pode explicar esse dado é que as mulheres vêm registrando maior escolaridade formal do que os homens."

Gina Gulinelli Paladino, assessora econômica da Fiep.

O headhunter Bernt Entschew lembrou que há mais mulheres do que homens estudando e que elas estudam por mais tempo. O resultado disso a longo prazo, complementou, é que haverá mais mulheres em cargos de chefia e, consequentemente, com salários maiores. Segundo ele, isso ocorre com mais velocidade nas empresas de origens norte-americana e europeia. "Mas uma coisa é certa: em empresas de primeira classe, sejam elas estrangeiras ou nacionais, já não há diferença salarial", afirmou.

Sônia Gurgel, presidente da seccional do Paraná da Associação Brasileira de Recursos Humanos e gerente de RH da Volvo, disse que não esperava por esse dado. "Inclusive, eu li recentemente uma pesquisa salarial de um determinado setor indicando que as mulheres em posição de liderança ainda ganham menos do que os homens", lembrou.

Ela mencionou que as mulheres continuam tendo de ser mais eficientes do que os homens

para receber a mesma valorização. "Temos que mostrar mais". Para chegar lá, segundo Sônia, é preciso abrir mão de tempo com a família e de qualidade de vida. "Há um preço a se pagar, mas isso não vale apenas para as mulheres. Os homens também têm de fazer isso", garantiu ela, que é casada e tem filhos. O segredo? "Escolher um parceiro

que compreenda a carreira da mulher, que aceite dividir tarefas às vezes. Carreira e família não são excludentes. É difícil, mas dá para conciliar", completou.

A consultora jurídica Leslie Costa, 46 anos, não ficou surpresa com a informação do IBGE. "Eu já tinha um cenário desses na cabeça", disse ela. Mas para chegar a este patamar salarial, Leslie teve de abdicar de muitas coisas. "Eu passei minha fase mais jovem trabalhando muito e deixei inclusive de ser mãe, entre outras razões, por conta da minha carreira", contou.

■ VÍCTOR DEAS E VIVIANE FAVRETTA

País está sem estoque de camisinha feminina

FABIANE LEITE

DA REPORTAGEM LOCAL

O estoque de preservativos femininos do Ministério da Saúde está zerado, segundo informou ontem o Programa Nacional de DST/Aids da pasta.

O preservativo feminino é o único recurso que permite à mulher ter autonomia na prevenção às doenças sexualmente transmissíveis. Na semana passada, a área confirmou problemas com os preservativos masculinos —apenas 10% do total de 700 milhões de unidades prometidas para este ano tinham sido entregues.

As mulheres também têm enfrentado dificuldades para comprar o produto nas farmácias.

No ano passado, uma pesquisa do programa com 6.000 pessoas sexualmente ativas entre 15 e 54 anos de idade apontou que 81,2% já tinham ouvido falar do preservativo feminino e que 4,1% dos homens e 4,3% das mulheres já tinham utilizado o produto nas relações sexuais.

Segundo a assessoria de imprensa do Ministério da Saúde, até hoje o contrato para fornecer 4

milhões de preservativos femininos neste ano não tinha sido assinado. De acordo com a área, o processo estava parado e com a entrada do novo ministro da Saúde, Saraiva Felipe, foi agilizado.

A pasta informou que o produto é confeccionado apenas por uma empresa no mundo, com sede na Inglaterra, e que havia problemas jurídicos na negociação, como falta de declaração do Banco Mundial, que financia a compra com US\$ 2,8 milhões.

O novo contrato só deve ser assinado em quinze dias e a primeira entrega ocorrerá em 60 dias após a oficialização do termo.

“Estamos com um problema sério em geral com os preservativos. Da camisinha feminina, nem se fala”, afirma Beatriz Pacheco, coordenadora no Rio Grande do Sul da ONG Cidadã Positiva, de apoio a portadoras do HIV.

C., também portadora do vírus, relata que não tem encontrado a camisinha nem em farmácias. O serviço telefônico 0800 da importadora da camisinha, a DKT do Brasil, informa que há problemas na alfândega e que o produto deve chegar nesta semana.

Entrevista | GLEISI HOFFMANN PT

“O ESCÂNDALO (DO PT) ESTÁ MAIS POLARIZADO EM SÃO PAULO, NÃO TEM NADA A VER COM A CAMPANHA AQUI.”

“Há expectativa de renovação”

Primeira mulher a assumir uma diretoria na Itaipu Binacional, Gleisi Hoffmann (PT) estreia na disputa a um cargo político. Gleisi defende a renovação no Senado. Segundo ela, é necessário dar oportunidade para novos rostos, idéias e posturas no governo. No Congresso, pretende defender a união política dos partidos para garantir força na defesa de projetos sociais e de infra-estrutura no estado.

A senhora pulou de 17% a 22%, segundo a última pesquisa Datafolha. A que deve esse salto nas intenções de voto? Primeiro porque há uma expectativa do eleitorado de renovação. Segundo, pela participação da mulher na política, porque dizem que mulher é mais honesta, mais cuidadosa. Então a renovação passa por uma leitura de que a mulher na política pode fazer a diferença. O apoio de Lula é um fato decisivo.

Por que esse desempenho observado com o apoio de Lula aqui no Paraná não reflete no governo do estado?

A conjuntura para governo é diferente do que para o Senado. No governo, temos quatro candidatos disputando. Na disputa para senador houve uma polarização entre o Alvaro e eu. As pessoas analisam a sua proposta e a minha e acabam se definindo. A disputa para o governo hoje é uma disputa mais acirrada e o governador Requião tem uma vantagem grande. Ficou um pouco na polarização entre ele e o senador Osmar Dias.

Se estivesse ao lado do governador Requião, certamente a sua votação seria maior. A senhora acha que foi um erro o PT lançar candidato ao governo?

Não, de maneira nenhuma. Eu tenho agradecido o apoio do Requião, acho que é um apoio de

peso. Mas em nenhum momento deixei de fazer campanha para o Flávio e na conjuntura do partido era importante lançar um candidato: para os que disputam cargo de deputado, para a campanha de Lula e para o próprio Flávio. A saída dele como candidato ao governo consolida o seu nome na política do país.

Os novos escândalos (compra de dossiês) que vieram à tona podem surtir algum efeito contra a sua candidatura?

Eu não acredito. Acho que o escândalo está mais polarizado em São Paulo, não tem nada a ver com a campanha aqui. Eu acredito que foi uma ação em São Paulo por motivo de desespero. O presidente Lula foi muito claro. Ele teve muitas outras oportunidades para comprar dossiês em eleições passadas e não fez. Por que ele faria agora?

O apoio do governador Requião tem trazido desconforto dentro do PT. Como a senhora vê essa questão?

Todos os apoios são importantes e bem-vindos numa campanha. Durante sua campanha para o Senado, o Flávio recebeu apoio de vários partidos. Em nenhum momento o apoio do Requião significa que o PT não esteja preso na sua candidatura ao governo. Eu recebo esse apoio porque o PMDB não tem candidato ao Senado.

A presença de Jorge Samek no ato de desagravo ao governador causou um mal-estar na campanha do Flávio....

O papel do Samek é o de coordenar a campanha do Lula, e nós entendemos que a campanha dele é maior que a campanha do PT, maior que a minha campanha e que a do Flávio. Desde o início, sabíamos que ele ia ter atitudes para além do PT, para tentar angariar apoio ao governo Lula, nosso principal objetivo.

O que a senhora acha do governo Requião?

O governo tem pontos positivos e questões que podem melhorar. Em termos de infra-estrutura, a manutenção das rodovias foi muito boa. O governo Requião tem se pautado nas políticas sociais, aliás, os investimentos de recursos na área social são investimentos de recursos federais. Acho que o estilo do governador é um estilo que poderia agregar mais, poderia ser uma liderança mais agregadora.

Qual a principal bandeira que pretende levar para o Senado? A bandeira da união. O papel do Senado é trabalhar para a convergência das lideranças políticas, independentemente de partido, para que possamos fortalecer o Paraná. Todo plano que a gente defende em nível federal depende de força política,



“A RENOVAÇÃO PASSA POR UMA LEITURA DE QUE A MULHER NA POLÍTICA PODE FAZER A DIFERENÇA.”

presentar todo o estado, é muito grande.

Estamos vendo uma estrutura inusitada para o Paraná no Senado: ou dois petistas, ou dois irmãos. Isso não acabaria acarretando um trabalho tendencioso?

Não necessariamente. Acho que na questão de família sim. Laços de família são muito diferenciados de laços políticos, faz com que a cumplicidade seja maior. Na questão política, acho que não vejo problema. É uma democracia. Hoje as pessoas escolhem muito mais pela pessoa do que pelo partido. Acho que fosse uma eleição por partido, essa preocupação poderia ser fundamentada, mas hoje não.

Seu marido (Paulo Bernardo) é ministro e a senhora poderá ser senadora. Um dos principais atributos do Senado é fiscalizar os ministros, o governo federal. Isso não poderia comprometer o seu mandato? Não está escrito e nem dito que o Paulo vai continuar ministro hoje. Quem vai definir isso é o próximo governo. E se o Paulo continuar ministro, eu vou atuar dentro dos preceitos de fiscalização e cobrança.

Se a senhora tivesse sido senadora durante mandato de Lula, o que teria apontado como erros do governo? Cobraria uma política de saúde. Isso cabe não só ao governo federal como aos governos de estado, que não têm conseguido responder a isso. Temos que aplicar as verbas que são determinadas nos dois planos, aumentar os repasses para o Sistema Único de Saúde e ter um grande investimento na área.

A senhora acha que o PT mudou na sua essência? Acho que todos nós mudamos com os anos. É natural que um partido político tenha suas mudanças. Acho que o PT amadureceu em muitos casos, cometeu erros em outros. Passa por uma vida como qualquer outro ser humano ou instituição. Mas eu acho que tem uma questão na essência do PT, que é a inclusão social.

— LILIAN CRUZ/ROGÉRIO GALVÃO/TUCCI BROWNE/REUTERS

ca, seja investimento de infra-estrutura, ou em questões sociais. É assim nos outros estados.

Por que isso não ocorre no Paraná?

Não sei, mas durante nossa história podemos perceber que damos mais atenção às divergências que às convergências.

Então a senhora concorda com o governador, que disse que os senadores não são atuantes?

Em termos, acho que essa crítica não cabe ao Flávio Arns, que apresentou propostas. Porque não depende da iniciativa só do governador, mas principalmente do senador. A responsabilidade que ele tem, de re-

ELEIÇÕES | APESAR DO AUMENTO DO NÚMERO DE DEPUTADAS FEDERAIS E SENADORAS, APENAS 49 FORAM ELEITAS EM TODO O PAÍS

Mulher ainda tem pouco voto

BRASÍLIA - AS MULHERES AINDA SERÃO MINORIA NO CONGRESSO NACIONAL, nas assembleias legislativas e nos governos estaduais na próxima legislatura. Levantamento da ONG Centro Feminista de Estudos e Assessoria (Cfema) demonstra que, das 2.498 mulheres que disputaram as eleições no último domingo, somente 175 conseguiram se eleger - o que representa apenas 7% do total. O número ainda pode aumentar uma vez que cinco candidatas disputam o segundo turno para governos estaduais.

No Congresso, elas podem chegar a 57 no ano que vem, número que representa apenas 9,5% de todos os deputados e senadores. Para a Câmara, foram eleitas 45 deputadas entre os 513 parlamentares. Já no Senado, foram eleitas quatro, mas como apenas um terço da Casa Legislativa foi renovado, outras senadoras aumentam a bancada feminina para 12.

A socióloga do Cfema, Almiria Rodrigues, afirma que a comparação com as eleições de 2002 indica um resultado "pessimista" para as mulheres. "Fica o sentimento de que a eleição de mulheres é um acontecimento cada vez mais difícil", disse.

Em 2002, foram eleitas para a Câmara 42 mulheres contra

Aos 25 anos, deputada eleita vira sensação

São Paulo - Manu tem 25 anos, é vereadora desde os 23 anos e foi a deputada federal (PC do B) mais votada do Rio Grande do Sul no dia 1º. Em um mundo povoado por políticos calvos, fora de forma, ela virou a sensação da eleição. Alente, a campanha de Lula convocou a garota para ser cabo eleitoral do petista entre os gaúchos, que lhe conferiram 271.939 votos.

"Agradeço os elogios, mas qualquer pessoa que conhece as mulheres gaúchas sabe que eu não lenho os padrões de modelo", diz Manu, ou Manuela D'Ávila, que virou até boneca em Porto



Manu: beleza não elege ninguém.

Alegre. "Beleza não elege ninguém, não sou uma invenção. Mas também é meio machista: o

ACM Neto é bonito, foi eleito e virou um 'caminhão de votos'. Eu fui eleita e virei musa."

Filha de mãe juíza e pai professor de agronomia, formada em jornalismo, Manu largou a faculdade para trabalhar quando fala sobre a estranheza de uma jovem bem-nascida ter ingressado em um histórico partido de esquerda. "Minha família me mostrou que as coisas podiam ser mudadas. A universidade também. Era 1999, pleno processo de privatização do projeto neoliberal do Fernando Henrique. Comecei a militante no movimento estudantil. Ali eu vou conhecendo a realidade", conta.

66

"Fica o sentimento de que a eleição de mulheres é um acontecimento cada vez mais difícil."

Almiria Rodrigues,
do Centro Feminista de Estudos
e Assessoria (Cfema).

66

"No caso do Senado, que os resultados foram proporcionais, sendo que em ambas as eleições elas conquistaram 14,8% do total de cadeiras."

Idem.

CONGRESSO

45

É o número de deputadas federais eleitas entre os 513 parlamentares. Em 2002, foram eleitas 42 mulheres.

4

É o número de senadoras eleitas neste ano, que se unem a outras oito que não precisaram disputar as eleições.

No governo

As mulheres disputaram governos estaduais em 18 unidades federativas, mas nenhuma conseguiu se eleger no primeiro turno. Das 26 mulheres que se lançaram na disputa, cinco vão tentar se eleger no segundo turno: Ana Júlia Carepa (PT-PA), Denise Frossard (PPS-RJ), Roseana Sarney (PFL-MA), Wilma de Faria (PSB-RN) e Yeda Crusius (PSDB-RS).

Segundo Almiria Rodrigues, as candidatas que disputam o segundo turno têm trajetória política consolidada. "É interessante observar, ainda, que as cinco candidatas são de diferentes partidos e diferentes regiões do país", ressaltou.

Em 2002, foram eleitas apenas duas governadoras: Wilma de Faria, no primeiro turno, e Rosinha Garotinho (PMDB-RJ), no segundo turno.

ELAS AINDA ESTÃO NA DISPUTA NO SEGUNDO DOS SEUS ESTADOS



Ana Júlia Carepa (PT-PA).



Denise Frossard (PPS-RJ).



Roseana Sarney (PFL-MA).



Wilma de Faria (PSB-RN).



Yeda Crusius (PSDB-RS).